

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ
ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

ISSN 2520-2294 (print)
ISSN 2709-5444 (online)



№ 6(62) / 2022



**МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ
«ІНТЕРНАУКА».**

Серія: «Економічні науки»

**INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL
«INTERNAUKA».**

Series: «Economic sciences»

**МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
«ИНТЕРНАУКА».**

Серия: «Экономические науки»

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

*Свідоцтво
про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22443-12343Р*

№ 6(62)

Київ 2022

ББК 65
УДК 33
М-43



Повний бібліографічний опис всіх статей Міжнародного наукового журналу «Інтернаука». Серія: «Економічні науки» представлено в: **Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Наукова періодика України.**

Журнал зареєстровано в міжнародних каталогах наукових видань та наукометричних базах даних: Polish Scholarly Bibliography; ResearchBib; Ulrichsweb Global Serials Directory; Google Scholar; Наукова періодика України; Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Electronic Journals Library; Open J-Gate; Academic keys; Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky.

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

Видання включене до Переліку наукових фахових видань МОН України (категорія «Б»)

Наказ МОН України № 1643 від 28.12.2019

Спеціальності:

051 Економіка

071 Облік і оподаткування

072 Фінанси, банківська справа та страхування

073 Менеджмент

075 Маркетинг

076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

241 Готельно-ресторанна справа

281 Публічне управління та адміністрування

292 Міжнародні економічні відносини

Засновники:

1. Київський кооперативний інститут бізнесу і права.
2. Приватна установа «Науково-дослідний інститут публічного права».
3. Громадська організація «Міжнародна академія освіти і науки».
4. Товариство з обмеженою відповідальністю «Фінансова Рада України».

У журналі опубліковані наукові статті з актуальних проблем економічної науки.

Для наукових працівників, викладачів, студентів економічних спеціальностей, працівників фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур й інших зацікавлених осіб.

Матеріали публікуються мовою оригіналу в авторській редакції.

Редакція не завжди поділяє думки і погляди автора. Відповідальність за достовірність фактів, імен, географічних назв, цитат, цифр та інших відомостей несуть автори публікацій.

У відповідності із Законом України «Про авторське право і суміжні права», при використанні наукових ідей і матеріалів цієї збірки, посилання на авторів та видання є обов'язковими.

© Автори статей, 2022

© Міжнародний науковий журнал «Інтернаука».
Серія: «Економічні науки», 2022

ISSN 2520-2294 = Internauka. Seria: Ekonomiczne nauki (Kiev)/Meždunarodnyj naučnyj žurnal "Internauka".
Seria: Ekonomiczne nauki

Редакція:

Головний редактор: **Камінська Тетяна Григорівна** — доктор економічних наук, професор, в.о. ректора Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Заступник головного редактора: **Коваленко Дмитро Іванович** — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Редакційна колегія:

Бардаш Сергій Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Безверхий Костянтин Вікторович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Белялов Талят Енверович — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-економіки та туризму Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Гринько Алла Павлівна — доктор економічних наук, професор, декан факультету менеджменту Харківського державного університету харчування та торгівлі (Харків, Україна)

Дмитренко Ірина Миколаївна — доктор економічних наук, доцент, професор Національного центру обліку та аудиту Національної академії статистики, обліку та аудиту (Київ, Україна)

Зось-Кіор Микола Валерійович — доктор економічних наук, професор, в.о. завідувача кафедри менеджменту і логістики Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна)

Ільїн Валерій Юрійович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку, контролю та оподаткування агробізнесу ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана» (Київ, Україна)

Клочан В'ячеслав Васильович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту та маркетингу Миколаївського національного аграрного університету (Миколаїв, Україна)

Красноручський Олексій Олександрович — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка (Харків, Україна)

Курило Людмила Ізидорівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри маркетингу та управління бізнесом Національного університету «Києво-Могилянська академія» (Київ, Україна)

Левицька Світлана Олексіївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку і аудиту Національного університету водного господарства та природокористування (Рівне, Україна)

Назаренко Інна Миколаївна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічного контролю та аудиту Сумського національного університету (Суми, Україна)

Олійник-Данн Олена Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Охріменко Ігор Віталійович — доктор економічних наук, професор, проректор з навчальної та наукової роботи Київського кооперативного інституту бізнесу і права (Київ, Україна)

Паска Ігор Миколайович — доктор економічних наук, професор, декан економічного факультету Білоцерківського національного аграрного університету (Біла Церква, Україна)

Русіна Юлія Олександрівна — кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Скриньковський Руслан Миколайович — кандидат економічних наук, професор, професор кафедри економіки підприємств та інформаційних технологій Закладу вищої освіти «Львівський університет бізнесу та права» (Львів, Україна)

Сопко Валерія Василівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Танклевська Наталія Станіславівна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки та фінансів Херсонського державного аграрного університету (Херсон, Україна)

Тарасенко Ірина Олексіївна — доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри фінансів та фінансово-економічної безпеки Київського національного університету технологій та дизайну (Київ, Україна)

Токар Володимир Володимирович — доктор економічних наук, професор, професор кафедри інженерії програмного забезпечення та кібербезпеки Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Фоміна Олена Володимирівна — доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри обліку та оподаткування Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Ходжаян Аліна Олександрівна — доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародних економічних відносин Державного торговельно-економічного університету (Київ, Україна)

Horska Elena — Dr.h.c.Prof. Dr. Ing Professor Marketing and Management, Dean of the Faculty of Economics and Management of the Slovak University of Agriculture in Nitra (Slovak Republic)

Imamov Khamdilla — PhD, доцент Ташкентського державного економічного університету (Ташкент, Узбекистан)

ЗМІСТ

ЕКОНОМІКА

Карпінський Борис Андрійович, Карп'як Анастасія Орестівна ОСНОВИ МАСШТАБНОЇ ЦІННОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ	9
Кошова Богдана Романівна, Макар Оксана Павлівна РОЛЬ ТЕОРІЙ ПРОСТОРУ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ.....	20
Мельник Тетяна Миколаївна, Павлюк Олена Олександрівна СУЧАСНІ ФІНАНСОВІ ТА ТОВАРНІ РИНКИ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ВИМІРИ.....	27
Мурована Тетяна Олександрівна ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ ЯК ОСНОВА ЇХ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА.....	35
Онешко Світлана Володимирівна МОДЕЛЮВАННЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВИХ СИСТЕМ НА ОСНОВІ ЛОГІСТИКО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ	44
Паска Марія Зіновіївна, Головчук Юлія Олександрівна, Гарасимчук Назарій Андрійович ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ	53
Ромашко Ольга Миколаївна СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ОБЛІК ТА АУДИТ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	59

МАРКЕТИНГ

Файвішенко Діана Сергіївна, Кришталь Богдана Олександрівна СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ КІНОТЕАТРІВ: НАЙКРАЩІ РЕКЛАМНІ KEYСИ	67
Маркович Ірина Богданівна ОСОБЛИВОСТІ КОГНІТИВНОГО МАРКЕТИНГУ В ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ	74

ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ

Безверхий Костянтин Вікторович, Юрченко Олександр Анатолійович
СПЕЦІАЛЬНИЙ РЕЖИМ ОПОДАТКУВАННЯ ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ
ПІД ЧАС ВІЙНИ: НОВІ ПРАВИЛА ОБЛІКУ ТА ЗВІТУВАННЯ 80

Орехова Альвіна Іванівна, Дзярик Анна Сергіївна
УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ
ПРАЦІВНИКАМ 88

ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Зайченко Катерина Сергіївна, Сулим Ірина Костянтинівна
ОПЕРАЦІЙНИЙ ЛЕВЕРИДЖ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ
ПІДПРИЄМСТВА 96

Князь Святослав Володимирович, Скриньковський Руслан Миколайович,
Коновалюк Ірина Василівна, Русин-Гриник Роман Романович
ВИБІР ДЖЕРЕЛ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ І МЕТОДІВ МОНІТОРИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ
БІЗНЕС-СТРУКТУРИ 102

Кузьминчук Наталія Валеріївна, Куценко Тетяна Миколаївна,
Терованесова Олександра Юріївна, Василяшко Наталія Миколаївна
СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНІМИ БІРЖАМИ: СВІТОВИЙ
ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД..... 111

ПУБЛІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Іванова Вікторія Миколаївна
АТЛАС ЗАГРОЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ ЯК МЕХАНІЗМ
УДОСКОНАЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ
ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ 120

ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Крупка Михайло Іванович, Сас Світлана Петрівна
ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ УНІВЕРСИТЕТУ..... 128

CONTENTS

ECONOMY

- Karpinsky Borys, Karpyak Anastasiya**
FUNDAMENTALS OF SCALE VALUE OF INFORMATION AND TECHNOLOGICAL
ENTERPRISES ON THE BASIS OF CLUSTERIZATION 9
- Koshova Bohdana, Makar Oksana**
THE ROLE OF SPACE THEORIES IN THE FORMATION OF MODERN INFRASTRUCTURE 20
- Melnyk Tetiana, Pavliuk Olena**
MODERN FINANCIAL AND COMMODITY MARKETS: CHARACTERISTICS AND DIMENSIONS.. 27
- Murovana Tetiana**
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AS THE BASIS OF THEIR SUSTAINABILITY
IN THE CONSTITUTION OF UNSTABLE EXTERNAL ENVIRONMENT 35
- Oneshko Svitlana**
MODELING OF SUSTAINABLE FUNCTIONING OF PRODUCTION AND SALES SYSTEMS
ON THE BASIS OF LOGISTICS-ORIENTED APPROACH..... 44
- Paska Mariia, Holovchuk Yuliia, Harasymchuk Nazarii**
GASTRONOMIC TOURISM AS AN ELEMENT OF MARKETING STRATEGIES OF REGIONAL
ECONOMY DEVELOPMENT IN CRISIS 53
- Romashko Olha**
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ACCOUNTING AND AUDIT IN CONDITIONS
OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT 59

MARKETING

- Fayvishenko Diana, Kryshtal Bohdana**
STRATEGIES OF MARKETING ONLINE COMMUNICATIONS OF UKRAINIAN CINEMAS:
THE BEST ADVERTISING CASES 67
- Markovych Iryna**
FEATURES OF COGNITIVE MARKETING IN BEHAVIORAL ECONOMY 74

ACCOUNTING AND TAXATION

- Bezverkhyi Kostiantyn, Yurchenko Oleksandr**
SPECIAL TAX REGIME FOR WAR-BUSINESS ENTITIES: NEW RULES OF ACCOUNTING
AND REPORTING..... 80

Oriekhova Alvina, Dziaryk Anna IMPROVING THE ACCOUNTING AND CONTROL OF PAYMENTS TO EMPLOYEES	88
--	----

ENTREPRENEURSHIP, TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Zaichenko Kateryna, Sulym Iryna OPERATIONAL LEVERAGE AND ITS INFLUENCE ON THE FORMATION OF THE PRICE POLICY OF THE ENTERPRISE.....	96
---	----

Kniaz Sviatoslav, Skrynkovskyy Ruslan, Konovalyuk Iryna, Rusyn-Hrynyk Roman SELECTION OF SOURCES OF INFORMATION AND METHODS FOR MONITORING THE ACTIVITIES OF A BUSINESS STRUCTURE.....	102
---	-----

Kuzmynchuk Nataliia, Kutsenko Tatiana, Terovanesova Oleksandra, Vasydashko Nataliia STRATEGIC APPROACH IN THE COMMODITY EXCHANGE MANAGEMENT SYSTEM: WORLD AND DOMESTIC EXPERIENCE.....	111
---	-----

PUBLIC ADMINISTRATION

Ivanova Viktoriia ATLAS OF THREATS TO THE FOREIGN ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE AS A MECHANISM FOR IMPROVING THE INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT OF PUBLIC AUTHORITIES	120
--	-----

FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Krupka Mykhailo, Sas Svitlana PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS A TOOL FOR FORMING THE FINANCIAL POTENTIAL OF THE UNIVERSITY	128
---	-----

УДК 330.13:338.2

Карпінський Борис Андрійович

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри публічного адміністрування та управління бізнесом
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Karpinsky Borys

*Doctor of Economics, Professor,
Professor of the Department of Public Administration and Business Management
Ivan Franko National University of Lviv
ORCID: 0000-0001-5996-7724*

Карп'як Анастасія Орестівна

*аспірантка кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»*

Karpyak Anastasiya

*Graduate Student of the Department of
Management and International Entrepreneurship
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0001-9920-9944*

ЕКОНОМІКА

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8084

ОСНОВИ МАСШТАБНОЇ ЦІННОСТІ ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ КЛАСТЕРИЗАЦІЇ

FUNDAMENTALS OF SCALE VALUE OF INFORMATION AND TECHNOLOGICAL ENTERPRISES ON THE BASIS OF CLUSTERIZATION

Анотація. У дослідженні вперше виділено масштабну цінність на окремих стадіях розвитку через кластеризацію. Зазначено, що серед різних типів масштабів, які стосуються безпосередньо економічних вимірів найбільш об'ємно виразним є державний сектор економіки (ДСЕ), оскільки саме через його оцінювання коректно встановлюють ефективність використання економічних ресурсів держави. Зокрема, масштабність ДСЕ можливо оцінювати з двох позицій: 1) через показники запасів і потоків; 2) через абсолютні та відносні величини. Конкретизовано, що обсяг державної власності є запасом ресурсів, яким володіє держава; обсяг державних доходів і витрат є потоком засобів, які мобілізуються та витрачаються державою за досліджуваний період.

Запропоновано та обґрунтовано, що масштаб результативності від діяльності переплітається із потребами, які у своїй основі формують масштабну цінність. Масштабна цінність (МЦ) – це міра можливості задоволення потреби, виходячи з загальноприйнятих ціннісних пріоритетів (орієнтирів) чи важливих саме для даної особистості потенційних або реалізованих запитів (сподівань). Причому МЦ може виступати на різних ієрархічних рівнях: від окремої особи до держави чи їх сукупностей. МЦ – це цінність у активному розвитку, коли вона втягує у власний окіл дії запити додаткових споживачів, виховуючи й загострюючи в них прояв її першопричинності.

Вперше виділено в МЦ й місце державотворчого патріотизму нації (кількісною ознакою котрого виступають податки), оскільки при цьому в мотиві громадянина щодо його МЦ, чітко проявляється прагнення не просто сплачувати податки, а власними зусиллями творити цивілізовану державу. Властиво прояв позитивної зміни МЦ платника податків впливає й на цінові параметри адміністрування податків, оскільки вони знижуються, забезпечуючи підвищення ефективності використання бюджетних ресурсів.

Вибір кількості кластерів у системі інформаційно-технологічних (ІТ) підприємств щодо оцінювання МЦ в них здійснювався на основі порівняння результатів, отриманих методом ліктя та оцінки силуету, забезпечуючи можливості управління. Зазначено, що похибка кластеризації і число ітерацій за ціннісного підходу в системі аналізу ІТ підприємств залежить від початкового вибору центроїдів, виходячи з цього провадився запуск k -середніх кілька разів з різними початковими кандидатами в центроїди. Запропоновано алгоритм вибору стратегіологічних напрямків розвитку ІТ сфери, на основі МЦ та процесу кластеризації.

Ключові слова: масштаб, цінність, масштабна цінність, інформаційно-технологічні підприємства, кластеризація, державотворчий патріотизм нації, податки, ціннісний підхід, стратегіологічний розвиток.

Summary. The study for the first time highlighted the scale value at certain stages of development through clustering. It is noted that among the various types of scales that relate directly to the economic dimensions, the public sector of the economy (PSE) is the most extensive, because it is through its evaluation that the efficiency of the state's economic resources is correctly established. In particular, the scale of PSE can be assessed from two positions: 1) through indicators of stocks and flows; 2) through absolute and relative values. It is specified that the volume of state ownership is a stock of resources owned by the state; the amount of government revenues and expenditures is the flow of funds that are mobilized and spent by the state for the period under study.

It is proposed and substantiated that the scale of performance is intertwined with the needs, which basically form a scale value. Scale value (SV) is a measure of the possibility of meeting a need, based on generally accepted value priorities (benchmarks) or important for a given individual potential or realized requests (expectations). Moreover, the SV can act at different hierarchical levels: from an individual to the state or their aggregates. SV is a value in active development, when it draws into its own environment the demands of additional consumers, educating and exacerbating in them the manifestation of its root cause.

For the first time, the place of state-creative patriotism of nation (a quantitative feature of which are taxes) was singled out in SV, because the citizen's motive for his SV clearly shows the desire not just to pay taxes, but to create a civilized state. In fact, the manifestation of a positive change in the taxpayer's SV also affects the price parameters of tax administration, as they are reduced, providing increased efficiency in the use of budget resources.

The choice of the number of clusters in the system of information technology (IT) enterprises for the evaluation of SV in them was made on the basis of comparing the results obtained by the method of the elbow and the assessment of the silhouette, providing management capabilities. It is noted that the clustering error and the number of iterations of the value approach in the system of analysis of IT enterprises depends on the initial choice of centroids, based on this launch of k -means several times with different initial candidates for centroids. An algorithm for selecting strategic directions for the development of the IT sphere, based on SV and the clustering process, is proposed.

Key words: scale, value, scale value, information technology enterprises, clustering, state-creative patriotism of nation, taxes, value approach, strategic development.

Постановка проблеми. Динамічно зростаюча потреба споживача у масштабному використанні інформаційних технологій обумовлює й адекватну увагу в розгляді того, що ж її організовує, формує та розвиває, а саме: інформаційно-технологічних підприємств. Зазначимо, об'єктивність наслідкових причин розробки й повсюдної реалізації інформаційних технологій обумовлена як зростаючим значенням цих технологій в кожній галузі діяльності людства, так і реальних можливостях наповнення державної казни. Так, саме через застосування сучасного інструментарного апарату на основі інформаційних технологій можливо забезпечити повноцінне використання обчислювальних потужностей комп'ютерів для виконання багатопараметричних розрахунків, обробки, аналізу і прогнозування даних безпосередньо в режимі реального часу, забезпечуючи тим й оптимальність прийняття управлінських рішень у різних сферах

буття. Водночас, споживач через вільне поширення інформації про продукт у ринковому середовищі отримує прозорий доступ до його якісних і цінових меж, формуючи загальні споживчі потреби, настрої та споживчу його цінність. Нині звужується межа між традиційним технологічним виробництвом та інформаційними технологіями, оскільки безпосередньо виробництво на них базується, активно змінюючи масштаб продукування виробів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Достатньо різноплановою проблематикою дослідження ринкового простору та сутнісному відображенню особливостей менеджменту підприємства, споживчої цінності і прояву результативності інформаційно-технологічних (ІТ) підприємств, у своїх працях приділена увага низки вчених та практиків [1–13]. Зокрема, вітчизняні дослідники — Бублик М. І. [9–10], Будинський Р. З. [6], Зибін С. В. [3], Карпінська О. Б. [5], Кузьмін О. Є.

[6], Мріхіна О. Б [10], Рибицька О. М. [9], Поріцька А. І. [6], Чухрай Н. І. [10], Шира Т. Б. [5] й зарубіжні вчені — Sheet J. N., Newman B. I., Gross B. L. [13], Montani D., Perrini F., Gervasio D., Pulcini A. [11], Ranjan K. R., Read S. [12] та інші, також детально розглядали важливі ознаки функціонування ІТ сфери у світі та Україні, зокрема, через функції менеджменту й оцінювальні значення конкурентоспроможності компаній та чинників, що впливають на їхню ринкову цінність.

Водночас, ринкові тенденції, темпи розробки нових інформаційних технологій та потреби наповнення ними споживчого сегменту відчутно залежать від програмних заходів на ієрархічних рівнях щодо удосконалення та подальшої конкретизації категорії цінності у системі функціонування ІТ підприємств, зокрема, в частині виділення впливу ціннісної масштабності самих підприємств на їх розвиток, виходячи й з галузевої спрямованості, забезпечуючи тим реалістичність прийняття управлінських рішень.

Мета статті: на основі аналізу сутнісного наповнення щодо масштабності та цінності сформулювати основи як категорії масштабної цінності ІТ підприємств, так і інструментарій її оцінювання на засадах кластеризації з врахуванням концепційних можливостей ціннісного підходу.

Виклад основного матеріалу. Основи формування масштабної цінності інформаційно-технологічних підприємств у ринковому просторі. За своєю сутністю, масштаб (мірило) — відношення (порівняння) розмірів об'єкта до інших

номінальних значень. Масштаб можливо розглядати на різних територіально-господарських рівнях: від окремого індивідуума до держави.

Зокрема, серед різних типів масштабів, що стосуються безпосередньо економічних вимірів найбільш об'ємно виразним є державний сектор економіки (ДСЕ), оскільки через його оцінювання коректно встановлюють ефективність використання економічних ресурсів держави. Так, масштабність ДСЕ можливо оцінювати з двох позицій: 1) через показники запасів і потоків; 2) через абсолютні та відносні величини. Загалом, обсяг державної власності є запасом ресурсів, яким володіє держава; обсяг державних доходів і витрат є потоком засобів, які мобілізуються та витрачаються державою за досліджуваний період.

Об'єктивно, що кількісні параметри ДСЕ будуть залежати від результатів діяльності державних підприємств. До оціночних абсолютних показників масштабу в ДСЕ відносять: обсяги виробництва продукції, капіталовкладень, вартість основних фондів, державних витрат, урядових видатків, кількість підприємств, кількість зайнятих, тощо. Водночас для міжтериторіальних порівнянь у якості вагової оцінки масштабів ДСЕ (включно з його стратегіологічним розвитком) часто виступають їх відносні аналоги (табл. 1).

Зокрема, за даними Міністерства економіки України [7] масштаб результативності ДСЕ (в контексті його питомої ваги), у 2010 р. — 9,2%, а у 2020 р. — 8%, тобто скоротився у цьому інтервалі на 13%, обумовлюючи й подальші масштабні

Таблиця 1

Інструментарій вагової оцінки масштабів державного сектору економіки

Показник	Сутнісне наповнення показника (через питому вагу)	Розрахункова формула	Умовні позначення
Ресурсний масштаб ДСЕ	Вага ДСЕ в загальній чисельності зайнятих. Розглядається ступінь поглинання ДСЕ робочої сили (K_1)	$K_1 = I_g / L$	L_g — кількість зайнятих в ДСЕ; L — загальна кількість зайнятих в економіці держави
Масштаб державної власності ДСЕ	Вага ДСЕ у загальному обсязі основних засобів. Розглядається ступінь поглинання ДСЕ активів (K_2)	$K_2 = A_g / A$	A_g — вартість основних засобів у ДСЕ; A — вартість основних засобів в економіці держави
Масштаб результативності ДСЕ	Вага продукції та послуг ДСЕ у валовому внутрішньому продукті — ВВП (K_3)	$K_3 = D / Y$	D — додана вартість, вироблена і реалізована ДСЕ в поточних цінах; Y — ВВП у поточних цінах
Масштаб рівня концентрації	Вага ДСЕ в загальній кількості підприємств. Розглядається частка державної власності в економіці (K_4)	$K_4 = K_g / K$	K_g — кількість підприємств у ДСЕ; K — кількість усіх офіційно зареєстрованих підприємств у державі
Стратегіологічний розвиток ДСЕ	Вага інвестицій в ДСЕ у загальному обсязі інвестицій. Розглядається стратегіологічний потенціал ДСЕ (K_5)	$K_5 = I_g / I$	I_g — обсяг інвестицій в ДСЕ; I — загальний обсяг інвестицій в економіку держави

Джерело: сформовано авторами за [8, с. 321]

тенденції у впливі держави на економічну ситуацію. Так, зниження частки ВВП, яка перерозподіляється через державний сектор з відповідним нарощуванням ефективності видатків державного сектору можуть стати для України масштабними драйверами розвитку.

Масштаб загальної економічної ситуації в Україні у цьому інтервалі наведено в табл. 2–3.

Водночас, масштаб результативності від діяльності переплітається із потребами, які у своїй основі формують масштабну цінність. *Масштабна цінність (МЦ)* — це міра можливості задоволення потреби, виходячи з загальноприйнятих ціннісних пріоритетів (орієнтирів) чи важливих

саме для даної особистості потенційних або реалізованих запитів (сподівань). Причому МЦ може виступати на різних рівнях: від окремої особи до держави чи їх сукупностей. На рівні особи до власної масштабної цінності можна віднести: здоров'я, щастя, любов, прагнення жити, добро, їжа, сон, житло тощо. Знову такі прості й дохідливо знайомі власні масштабні цінності в інтегральному вираженні суспільства формують вже загальну масштабну цінність: здоров'я нації, щаслива держава, демократія, гуманізм, миролюбність тощо. МЦ — це цінність у активному розвитку, коли вона втягує в свій окіл дії запити додаткових споживачів, виховуючи й загострюючи в них

Таблиця 2

Динаміка масштабу результативності економіки України: 2010–2020 роки

Роки	ВВП	Доходи		Капітальні інвестиції		Податкові надходження	
	млн. грн	млн. грн	% від ВВП	млн. грн	% від ВВП	млн. грн	% від ВВП
2010	1082569	314506,3	28,7	180575,5	16,7	265757,8	24,5
2011	1316600	398553,6	30,3	241286	18,3	303480,7	23,1
2012	1408889	445525,3	31,6	273256	19,4	360567,2	25,6
2013	1454931	442788,7	30,4	249873,4	17,2	353968,1	24,3
2014	1566728	456067,3	29,1	219419,9	14,0	367511,9	23,5
2015	1979458	652031	32,9	273116,4	13,8	507635,9	25,6
2016	2383182	782859,5	32,8	359216,1	15,1	650781,6	27,3
2017	2982920	1016970	34,1	448461,5	15,0	828158,8	27,8
2018	3558706	1184291	33,3	578726,4	16,3	986348,5	27,7
2019	3978400	1289849	32,4	623978,9	15,7	1070322	26,9
2020	4194102	1376700	32,8	419836,7	10,0	1136700	27,1

Джерело: сформовано авторами

Таблиця 3

Динаміка масштабу результативності економіки України на особу (2010–2020 роки)

Роки	Населення, на 1 січня; млн. осіб	ВВП	Доходи	Капітальні інвестиції	Податкові надходження
		грн			
2010	46,0	23553,10	6842,61	3928,72	5782,01
2011	45,8	28760,23	8706,13	5270,73	6629,33
2012	45,6	30873,94	9763,10	5988,04	7901,35
2013	45,6	31939,30	9720,30	5485,33	7770,47
2014	45,4	34489,52	10039,74	4830,25	8090,31
2015	42,9	46109,72	15188,48	6362,00	11824,93
2016	42,8	55733,26	18308,01	8400,65	15219,22
2017	42,6	70047,08	23881,21	10531,10	19447,42
2018	42,4	83958,68	27940,35	13653,59	23270,40
2019	42,2	94379,55	30599,08	14802,65	25391,23
2020	41,6	100848,12	33103,06	10095,07	27332,21

Джерело: розраховано авторами

прояв її першопричинності. МЦ — це вигода, яка володіє тенденцією на розгортання, забезпечуючи внутрішнє зростання та виробництво продукту із широкими за обсягом потребами за забезпечення якісних параметрів. Зокрема, золото має МЦ через: обмеженість у природі, красу у виробках, довготривалість зберігання, легкість в обмінні (як грошовий еквівалент) тощо. Володіння масштабною свого використання із красою виробів обумовлює його ціннісно стійку перевагу.

Доцільно зазначити, що поняття МЦ має дещо відмінне звучання, коли маємо на увазі цінність та споживчу цінність. Так, виходячи з філософських означень, *цінність* — це поняття яке вказує на людську, соціальну і культурну значимість певних явищ і предметів діяльності, тобто це специфічний термін, що позначає належне та бажане, на відміну від реального, дійсного. Загалом, вчення про природу цінностей, їх структуру та місце в життєдіяльності людини називається аксіологією. Дане вчення з'ясовує якості й властивості предметів, явищ, процесів, здатних задовільнити потреби, інтереси, запити і бажання людей. Прийнято, що сумарна економічна цінність підприємства визначається величиною його річного загального економічного потенціалу в грошовому еквіваленті. Водночас, під корпоративними цінностями підприємства мається на увазі система основних принципів, на яких ґрунтується його діяльність. Через відповідні принципи саме корпоративні цінності допомагають виробити культуру спілкування з учасниками бізнесу, закріпити етичні норми, до яких необхідно прагнути, виходячи із ситуаційних умов.

Вже виходячи з ринкових передумов Дж. Шет, Б. Ньюман і Б. Гросс зазначали, що споживча цінність — це багатовимірне явище цінностей (до нього входять: функціональна, соціальна, емоційна, епістемічна, умовна цінності), результатом прояву якого є ринковий вибір споживачів на користь продуктів чи послуг певних компаній [13].

Властиво можна підкреслити, що споживча цінність (вартість) або корисність продукту є конкретизованим, однак суб'єктивним показником, оскільки залежить від порівняльної властивості товару задовольняти потребу споживача, тобто через неї (результат) відбувається задоволення цієї потреби.

З цієї ж позиції, зокрема, *споживча цінність інформаційного продукту* — це здатність задовольняти споживача набором інформації (інформаційним товаром чи послугами, інформаційними показниками) з метою забезпечення його потреби

й використання в конкретних випадках чи прийняття ним рішень, і яка може бути подана в матеріальній чи нематеріальній формах. Означена цінність може зростати у залежності від рівня підготовки споживача до її використання, оскільки непідготовлений споживач може навіть нівелювати реальні переваги інформаційного продукту, тобто обмежувати його споживчу цінність, а з тим й ефективність прийнятих управлінських рішень.

Для характеристики ринкового простору, що пов'язаний з цінностями та інформаційними технологіями запропоновано використовувати ціннісний підхід.

Ціннісний підхід в системі функціонування ринку інформаційних технологій — це інтегральний метод поєднання різнопланових ціннісних інтересів споживача (користувача) і виробника (розробника) у ринковому середовищі щодо конкретного інформаційного продукту через задоволення: споживача — його потреби; виробника — сформованості товарної пропозиції з виходом на ринковий простір, отримання відповідного прибутку, виплати дивідендів акціонерам, вчасності податкових надходжень у державний та місцеві бюджети. Доцільно підкреслити, що безпосереднім виробником ІТ може бути як реальне виробництво, так і окремий виконавець (зокрема, програміст) — розробник інформаційного продукту із своєю цінністю.

Зазначимо також, на відміну від того, що метою технології матеріального виробництва є виробництво матеріальної продукції, то для забезпечення мети інформаційної технології першочерговим стає виробництво даних для їх аналізу людиною та прийняття на їх основі конкретних рішень. Виходячи з цього, характерною цінністю рисою ринку інформаційних технологій є нематеріальність кінцевого продукту (послуги), хоча й може отримуватись при цьому якісно нова інформація із врахуванням зростаючих вимог до неї зі сторони користувачів, обумовлюючи логічну потребу в забезпеченні її достовірності, оперативності отримання, ефективності щодо зростання капіталу, продуктивності праці і підвищення продуктивності факторів виробництва у конкретному просторово-часовому проміжку.

Властиво, виходячи з наведеного: формування МЦ стає дієвим орієнтиром для стратегічного менеджменту в системі функціонування й ринку інформаційних технологій (ІТ), оскільки через забезпечення нарощування МЦ фірми в ринку у вигравші стають всі його учасники. Зокрема, держава отримує відповідну віддачу через податкову

домінанту щодо МЦ. Окрім того, податки є кількісним вимірником й фактичного державотворчого патріотизму нації (ДТПН) щодо конкретизації реальної участі (нинішніх та майбутніх) платників податків у забезпеченні фінансової складової життєзабезпечення й розвитку держави [1–2; 4, с. 30–33, 147].

Оскільки тіньова економіка приводить до зниження податкових надходжень, а властиво вони забезпечують належне фінансове функціонування держави, то виходячи з означеного, наскільки сформовано та забезпечено у конкретних платників податків масштаб патріотичного розуміння національної важливості безпосереднього фінансового внеску у становлення і розвиток фінансової складової держави об'єктивно залежать подальші її фінансові можливості виконувати свої управлінські функції (зокрема через дієву систему поведінкових фінансів з їх раціональністю й ірраціональністю щодо фінансових рішень).

Зокрема, в середньому (за експертними даними Світового банку) у тіньовому сегменті економіки світу знаходиться від 18% до 35% ВВП, а це значить, що сумарна тіньова економіка у 2020 р. становила (в грошовому еквіваленті) не менше 23,7 трлн. дол. США. Практично приймаючи активні мотивні заходи у поведінкових фінансах та системі ДТПН можливо відчутно знизити рівень тінізації світової економіки (лише 1% цього в глобальному вимірі це до 80 млрд. дол. США додаткових бюджетних поступлень), оскільки при цьому в мотиві громадянина щодо його МЦ, чітко проявляється прагнення не просто сплачувати податки, а власними зусиллями творити цивілізовану державу. Прояв позитивної зміни МЦ платника податків впливає й на цінові параметри адміністрування податків, оскільки вони знижуються.

Охоплення багатьох сторін діяльності людини чи організаційних структур різного рівня ієрархії інформаційними технологіями обумовлює й розширення уваги до них не лише через МЦ потреб в їх належному функціонуванні, а й у їхньому стратегіологічному розвитку [4, с. 460; 5].

Кластеризація в системі оцінювання масштабної цінності ІТ підприємств. Властиво глобальний ринковий простір пов'язується також з активною діяльністю виробників продукції: підприємств. Розміри цих підприємств можуть впливати на можливості виховання й забезпечення потреб й МЦ. Для порівняльного розгляду цього впливу через розміри (масштабний прояв) доцільно використовувати методи кластеризації.

Зазначимо, що загальну проблему кластеризації можна сформулювати так: задану множину з n векторів, кожен з яких має розмірність d , необхідно розбити на підмножини (за заданим критерієм оптимізації). Зазвичай критерієм оптимізації є мінімізація спотворення, тому для означеного пропонується застосувати метод k -середніх [5–6].

Кластеризація за методом k -середніх розподіляє вхідний набір n векторів за k кластерами S^j ($j = 1, 2, \dots, k$), з кожним із яких пов'язаний центроїд $c_j = (c_{1j}, c_{2j}, \dots, c_{dj})$. Позначимо $S = \{x\}$ множину потужності n вхідних векторів $x = (x_1, x_2, \dots, x_d)$. Нехай $D(x, c)$ — відстань між вектором x та центроїдом c . У цьому дослідженні використано незважену Евклідову відстань:

$$D^2(x, c) = \sum_{i=1}^d (x_i - c_i)^2.$$

Позначимо множину центроїдів, отриманих на ітерації t , $Sc^{jt} = \{c^{jt}\}$.

Алгоритм кластеризації k -середніх у його звичайному варіанті описують так:

1. Встановлюємо $t = 0$ і задаємо початкове розташування центроїдів Sc^{j0} .

2. Для заданої множини центроїдів Sc^{jt} виконуємо дії, зазначені в пунктах 2.1 та 2.2, і отримуємо поліпшену множину центроїдів $Sc^{j(t+1)}$:

2.1. Знаходимо таке розбиття S^j , що розподіляє вихідний набір n вхідних векторів за k кластерами S^j ($j = 1, 2, \dots, k$) та задовольняє умову $S^j = \{x : D(x, c^r) \leq D(x, c^s) \text{ } r \neq s\}$.

2.2. Обчислюємо центроїд c^{jt} для кожного кластера S^j ($j = 1, 2, \dots, k$), щоб отримати нову множину центроїдів $Sc^{j(t+1)}$ за формулою

$$c_s^j = \frac{1}{m_j} \sum_{i=1}^{m_j} x_{si}^j, \quad s = 1, \dots, d,$$

де m_j — кількість векторів, що належать кластеру S^j .

3. Обчислюємо сумарне спотворення

$$E^2 = \sum_{x \in S} D^2(x, c) \text{ для } Sc^t.$$

Якщо воно відрізняється від отриманого на попередній ітерації на достатньо малу величину, припиняємо процес. В іншому випадку присвоюємо $t \rightarrow t + 1$ та повертаємося до кроку 2.

Похибка кластеризації і число ітерацій за ціннісного підходу залежить від початкового вибору центроїдів, тому звичайною практикою є запуск k -середніх кілька разів з різними початковими кандидатами в центроїди. Використання методу дозволяє забезпечити мінімізацію за рахунок розподілу даних між підмножинами (областями), які

не перетинаються, та репрезентуються елементом-центроїдом і «відстанню» решти елементів кластеру від центроїда. Переваги методу, насамперед, простота та гарантована збіжність протягом кількох ітерацій.

У даній роботі вибір кількості кластерів в системі інформаційно-технологічних підприємств України щодо оцінювання МЦ в них здійснювався на основі порівняння результатів, отриманих методом ліктя та оцінки силуету [14].

Зазначимо, що визначення за методами кластеризації у конкретних випадках прояву МЦ має свої особливості. Зокрема, означене підтверджено через розмір компаній-замовників ІТ послуг й часткою українських працівників у компаніях-виконавцях, виходячи з кластерного аналізу. Дані щодо частки проєктів, отриманих від замовників різного масштабу, було прокластеризовано. На основі методів ліктя та силуету (рис. 1) отримано результат про найбільш ефективний поділ на 6 кластерів.

На результати за використання методу кластеризації було накладено дані щодо частки фахівців, зареєстрованих в Україні, а також усереднені фінансові показники щодо вартості години робо-

чого часу фахівців, що працюють у компаніях-виконавцях конкретного проєкту.

Алгоритм вибору стратегіологічних напрямків розвитку ІТ сфери, на основі масштабної цінності та процесу кластеризації. Виходячи з наведених результатів кластеризаційного спрямування щодо МЦ запропоновано також алгоритм вибору стратегіологічних напрямків розвитку ІТ індустрії на засадах ціннісного підходу, з метою підвищення економічної ефективності конкретного ІТ підприємства на глобальному ринку. Так, означену ціннісну оцінку щодо напрямків розвитку ІТ сфери пропонуємо здійснювати за наступним алгоритмом:

1. Здійснити цілеспрямований аналіз найбільш ефективних (оплачуваних) галузей ІТ на глобальному товарному ринку.

2. Провести узагальнений аналіз новітніх трендів та наукових досліджень у галузі ІТ на глобальному ринку.

3. Залучити до проведення комплексного аналізу ключові організації, які займаються збором даних та аналізом сфери ІТ-галузі. В Україні до таких організацій відносять: Міністерство цифрової трансформації України, Державна служба

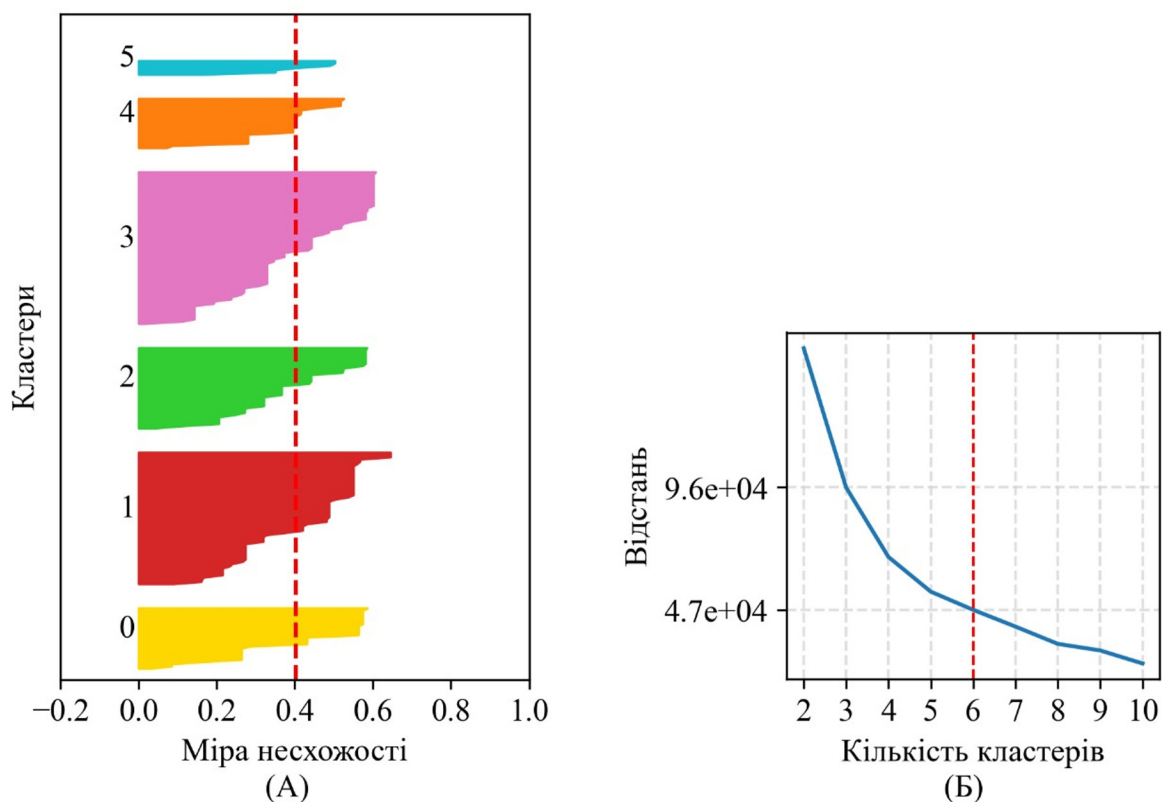


Рис. 1. Визначення оптимальної кількості кластерів за показниками фінансового обороту компаній-замовників в ІТ підприємствах України на основі методів силуету (А) та ліктя (Б)

Джерело: власна розробка

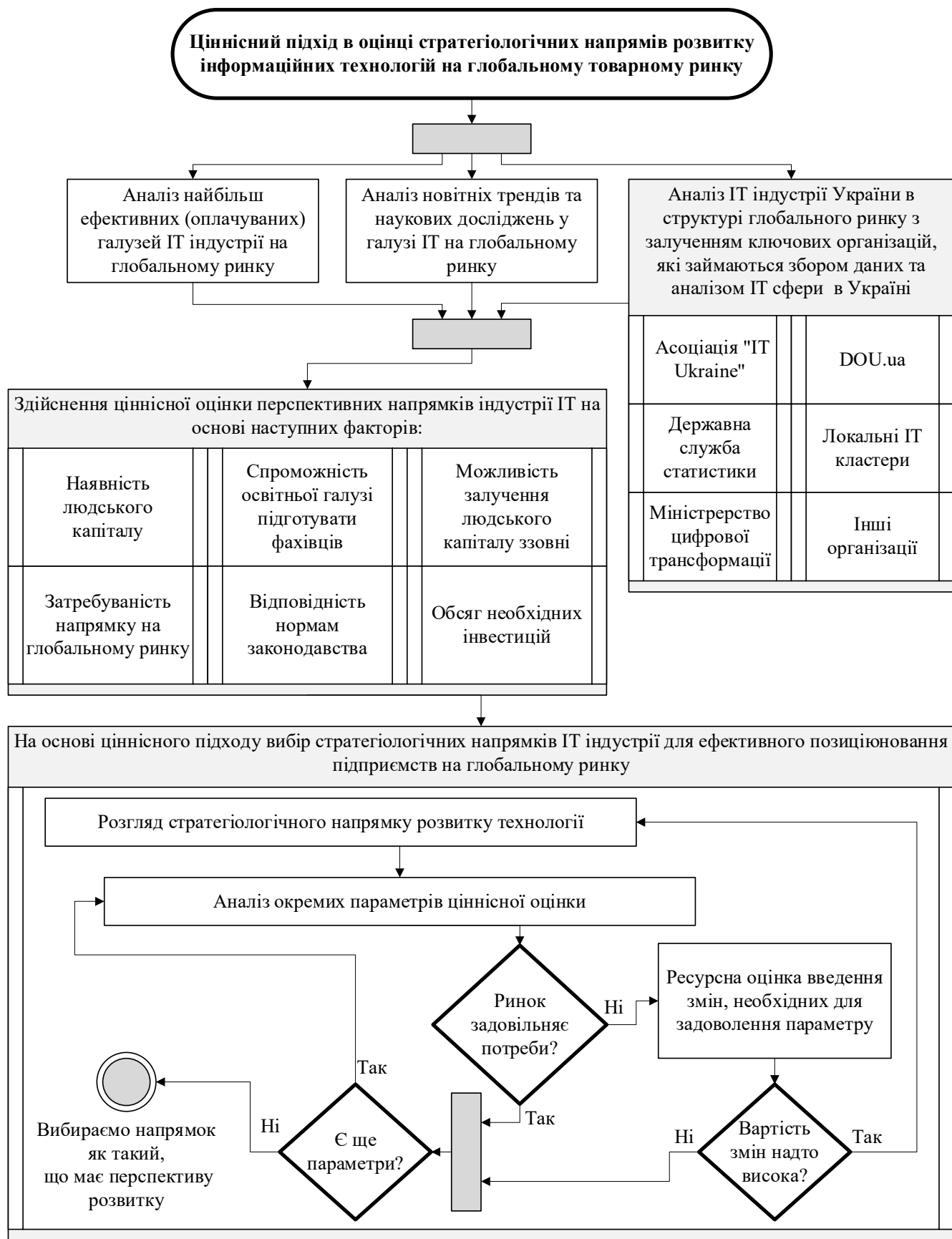


Рис. 2. Алгоритм вибору стратегіологічних напрямів розвитку ІТ індустрії на основі масштабної цінності, кластеризації та ціннісного підходу

Джерело: власна розробка

статистики України, Асоціація «IT-Ukraine», платформа DOU.ua, Офіс ефективного регулювання BRDO (*Better Regulation Delivery Office — BRDO*), локальні IT-кластери.

4. На основі отриманих даних провести ціннісну оцінку стратегіологічних (перспективних) напрямків IT індустрії. Ціннісну оцінку доцільно проводити за наступними показниками:

- затребуваність напрямку на глобальному ринку;
- обсяг необхідних інвестицій;
- наявність людського капіталу для виконання потенційних задач;
- можливість залучення людського капіталу ззовні;
- спроможність освітньої галузі (як формальна, так і неформальна освіта) підготувати необхідних спеціалістів;
- відповідність запропонованої діяльності нормам чинного законодавства.

5. На основі проведеного аналізу менеджмент компанії повинен обрати стратегіологічні напрямки розвитку IT індустрії, якими доцільно зайнятися з врахуванням особливостей МЦ. Розгляд перспективного напрямку пропонується здійснити за алгоритмом аналізу кожного параметру оцінки:

- Чи задовольняє ринок потреби?
- Якою є оцінка введення змін, необхідних для задоволення параметру? Чи доцільно ці зміни здійснювати?
- Яким додатковим параметрам повинна відповідати запропонована зміна?

6. У випадку, якщо IT підприємство визначає один або кілька перспективних напрямків розвитку, які відповідають усім параметрам з позиції ціннісного підходу, то передбачається поетапне втілення запропонованих змін.

Алгоритм вибору стратегіологічних напрямків розвитку IT сфери на глобальному товарному ринку за включення процесу МЦ та кластеризації наведено на рис. 2.

Оптимальний вибір структури кластерних блоків з позиції масштабної цінності та стратегіологічних напрямків розвитку IT індустрії об'єктивно залежить й від подальших їх можливостей переводити потенційну домінанту щодо ціннісного підходу у реальний випуск високотехнологічної інформаційної продукції. Розвиток окремих сегментів даної індустрії на засадах забезпечення МЦ, споживчої цінності може також залежати від здатності організаційних структур приймати зважені управлінські рішення, які йдуть на ко-

ристь як бюджету, так і безпосереднім користувачам в умовах ризиків та взаємовпливів за дії глобального середовища.

Висновки. Виділення основ масштабної цінності інформаційно-технологічних підприємств дозволяє обґрунтовано підходити до їх створення та визначення можливостей розвитку. Водночас, розбиття всієї сукупності інформаційно-технологічних підприємств на окремі кластерні одиниці та дослідження їх результативності доводить, що з їх концентрованим виглядом отримуємо структури, які ефективніше піддаються сучасним управлінським тенденціям у ринковому просторі. Означене важливо за швидких змін як ситуації у виробничій сфері, так і потребах й запитках споживачів.

Фундаментальною перевагою українських IT підприємств на сучасному інформаційному ринку є кваліфікований персонал, досить ліберальна система оподаткування та певна можливість уникнення укладання трудових відносин з її працівниками. Означене суттєво підвищує стартові й розвиткові можливості та формує активну конкурентну перевагу, оскільки призводить до зниження вартості отримання якісних цифрових рішень для клієнтів, додатково розширюючи клієнтську базу за рахунок середніх та малих замовників. Окрім того, кластеризація з врахуванням масштабної цінності IT підприємств вказує й на те, що значного фінансового успіху дані підприємства досягають здебільшого у реальній співпраці з крупним бізнесом.

Алгоритм вибору стратегіологічних напрямків розвитку IT індустрії на основі МЦ, кластеризації та ціннісного підходу забезпечує прозорість й оптимальність порівняльного розподілу інформаційно-технологічних підприємств та оптимізує процес прийняття заходів з модернізації управління в них з врахуванням особливостей і тенденцій розвитку.

При процесах формування масштабної цінності та кластеризаційного порівняльного розрізу доцільно враховувати також темпи розвитку освітньої сфери щодо підготовки фахівців, які зможуть розвивати IT індустрію на окремих етапах ринкового простору у динаміці, оскільки навіть незначне відставання в темпах підготовки з використанням сучасних програмних засобів обмежує загальну продуктивність праці та не дозволяє отримувати адекватні зусиллям податкові надходження у державний та місцеві бюджети.

Література

1. Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Залуцька Н. С. Податковий контроль в Україні: В 2-х т. Т. I. Попередній контроль: монографія. Львів: Простір-М, 2007. 400 с. (Серія «Фінансові стратегії»).
2. Буряк П. Ю., Карпінський Б. А., Залуцька Н. С., Осідач О. Б. Податковий контроль в Україні: В 2-х т. Т. II. Контрольно-перевірочний процес: монографія. Львів: Простір-М, 2007. 420 с. (Серія «Фінансові стратегії»).
3. Зибін С. В. Методологія інформаційно-аналітичної підтримки систем обробки інформації для прийняття рішень в умовах ризику та невизначеності: дис. ... д-ра тех. наук за спеціальністю 05.13.06 «Інформаційні технології». Державний університет телекомунікацій, Київ, 2018. 405 с. URL: https://dut.edu.ua/uploads/p_86_96944839.pdf
4. Карпінський Б. А. Державотворчий патріотизм нації: податкова домінанта інвестиційного зростання. Монографія. Львів: Колір ПРО, 2018. 480 с. (Серія «Держава і стратегіологія»).
5. Карпінський Б. А., Карпінська О. Б., Шира Т. В. Стратегіологія оцінювання інноваційно-технологічного потенціалу підприємства на засадах державотворчого патріотизму нації. Теорія, методологія і практика господарсько-фінансової діяльності підприємств. Монографія. Полтава: ПП «Астроя», 2019. С. 133–142.
6. Кузьмін О. Є., Будинський Р. З., Поріцька А. І. Стан управління проектами підприємств у цифровому бізнесі в умовах Євроінтеграції. Харків: УПА, 2020. 267 с.
7. Питома вага державного сектору в економіці. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=3f9cbf0b-24bf-48f8-8360-04d559e41d60&tag=UpravlinniaDerzhavnimSektorom EkonomikiIs>
8. Тенюх З. І. Методичні підходи до визначення масштабів державного сектору економіки. Науковий вісник НЛТУ України. 2013. Вип. 23.13. С. 320–327.
9. Bublyk M., Rybyska O., Karpiak A., Matseliukh Y. Structuring the Fuzzy Knowledge Base of the IT Industry Impact Factors. «2018 IEEE 13th International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT)». 2018. P. 21–24. URL: <https://doi.org/10.1109/STC-CSIT.2018.8526760>
10. Chukhray N., Shakhovska N., Mrykhina O., Bublyk M., Lisovska L. Methodical Approach to Assessing the Readiness Level of Technologies for the Transfer. In: Shakhovska N., Medykovsky M. O. (eds) Advances in Intelligent Systems and Computing IV. CSIT 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing. 2020. V. 1080. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-33695-0_19.
11. Montani D., Perrini F., Gervasio D., Pulcini A. The Importance of «Contextualisation» in Small and Medium-Sized Firms Valuation: Evidences from an Italian Case Study. International Journal of Business and Management. 2018. V. 13, № 1. P. 70–84. URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n1p70>
12. Ranjan K. R., Read S. Value co-creation: concept and measurement. Journal of the Academy of Marketing Science. 2016. V. 44(3). P. 290–315. URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0397-2>
13. Sheth J. N., Newman B. I., Gross B. L. Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. Journal of Business Research. 1991. № 22. P. 159–170. URL: [http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)
14. Ukraine IT Report 2021. IT Ukraine Association. 53 p. URL: <https://drive.google.com/file/d/1LujaT9pHEGhg-pRRojfnlZgQikkyillbE/view>

References

1. Buryak P. YU., Karpins'kyi B. A., & Zaluts'ka N. S. (2007). Podatkovyy kontrol' v Ukraini: V 2-kh t. T. I. Poperedniy kontrol' [Tax control in Ukraine: In 2 volumes. Vol. I. Preliminary control]. L'viv: Prostir-M. 400 p. (Seriya «Finsanovi stratehiyi») [in Ukrainian].
2. Buryak P. YU., Karpins'kyi B. A., Zaluts'ka N. S., & Osidach O. B. (2007). Podatkovyy kontrol' v Ukraini: V 2-kh t. T. II. Kontrol'no-perevirochnyy protses [Tax control in Ukraine: In 2 volumes. Vol. II. Control and verification process]. L'viv: Prostir-M. 420 p. (Seriya «Finsanovi stratehiyi») [in Ukrainian].
3. Zybin S. V. (2018). Metodolohiya informatsiyno-analitychnoyi pidtrymky system obrobky informatsiyi dlya pryynyattya rishen' v umovakh ryzyku ta nevyznachenosti [Methodology of informational and analytical support of information processing systems for decision-making under conditions of risk and uncertainty]: dys. ... d-ra tekh. nauk za spetsial'nisty 05.13.06 «Informatsiyni tekhnolohiyi». Derzhavnyy universytet telekomunikatsiy, Kyiv. 405 p. URL: https://dut.edu.ua/uploads/p_86_96944839.pdf [in Ukrainian].
4. Karpins'kyi B. A. (2018). Derzhavotvorchyy patriotyzm natsiyi: podatkovya dominanta investytsiynoho zrostantnya [State-creative patriotism of nation: tax dominant of investment growth]. L'viv: Kolir PRO. 480 p. (Seriya «Derzhava i stratehiolohiya») [in Ukrainian].
5. Karpins'kyi B. A., Karpins'ka O. B., & Shyra T. B. (2019). Stratehiolohiya otsynuvannya innovatsiynotekhnolohichnoho potentsialu pidpryyemstva na zasadakh derzhavotvorchoho patriotyzmu natsiyi. [Strategy of as-

sessing the innovation and technological potential of the enterprise on the basis of state-creative patriotism of nation]. Teoriya, metodolohiya i praktyka hospodars'ko-finansovoyi diyal'nosti pidpryyemstv — Theory, methodology and practice of economic and financial activities of enterprises], (pp. 133–142). Poltava: PP «Astraya» [in Ukrainian].

6. Kuz'min O. Ye., Budyns'kyi R. Z., & Porits'ka A. I. (2020). Stan upravlinnya proektamy pidpryyemstv u tsyfrovomu biznesi v umovakh Yevrointehratsiyi [The state of project management of enterprises in digital business in the context of European integration]. Kharkiv: UIPA. 267 p. [in Ukrainian].

7. Pytoma vagha derzhavnogho sektoru v ekonomici. [The share of the public sector in the economy]. URL: [https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=3f9cbf0b-24bf-48f8-8360-04d559e41d60&tag=Upravlinni aDerzhavnimSektorom Ekonomiki&is](https://www.me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=3f9cbf0b-24bf-48f8-8360-04d559e41d60&tag=Upravlinni%DershavnimSektorom%20Ekonomiki&is) [in Ukrainian].

8. Tenjukh Z. I. (2013). Metodychni pidkhody do vyznachennja masshtabiv derzhavnogho sektoru ekonomiky [Methodological approaches to determining the size of the public sector]. Naukovyj visnyk NLTU Ukrainy. Vyp. 23.13. C. 320–327 [in Ukrainian].

9. Bublyk M., Rybytska O., Karpiak A., & Matseliukh Y. (2018). Structuring the Fuzzy Knowledge Base of the IT Industry Impact Factors. «2018 IEEE 13th International Scientific and Technical Conference on Computer Sciences and Information Technologies (CSIT)», 21–24. URL: <https://doi.org/10.1109/STC-CSIT.2018.8526760>.

10. Chukhray N., Shakhovska N., Mrykhina O., Bublyk M., & Lisovska L. (2020). Methodical Approach to Assessing the Readiness Level of Technologies for the Transfer. In: Shakhovska N., Medykovskyy M. O. (eds) Advances in Intelligent Systems and Computing IV. CSIT 2019. Advances in Intelligent Systems and Computing, V. 1080. Springer, Cham. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-33695-0_19.

11. Montani D., Perrini F., Gervasio D., & Pulcini A. (2018). The Importance of «Contextualisation» in Small and Medium-Sized Firms Valuation: Evidences from an Italian Case Study. International Journal of Business and Management, V. 13, № 1. 70–84. URL: <https://doi.org/10.5539/ijbm.v13n1p70>

12. Ranjan K. R., & Read S. (2016). Value co-creation: concept and measurement. Journal of the Academy of Marketing Science, V. 44(3). 290–315. URL: <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0397-2>

13. Sheth J. N., Newman B. I., & Gross B. L. (1991). Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values. Journal of Business Research, 22. 159–170. URL: [http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963\(91\)90050-8](http://dx.doi.org/10.1016/0148-2963(91)90050-8)

14. Ukraine IT Report (2021). IT Ukraine Association. 53 p. URL: <https://drive.google.com/file/d/1LujaT-9pHEGhgprRojfnlZgQikkyiIlbE/view>

Кошова Богдана Романівна
*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»*
Koshova Bohdana
*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer of the Department of Tourism
Lviv Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0001-7806-8636

Макар Оксана Павлівна
*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри туризму
Національний університет «Львівська політехніка»*
Makar Oksana
*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Tourism
Lviv Polytechnic National University*
ORCID: 0000-0001-8135-0018

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8040

РОЛЬ ТЕОРІЙ ПРОСТОРУ У ФОРМУВАННІ СУЧАСНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

THE ROLE OF SPACE THEORIES IN THE FORMATION OF MODERN INFRASTRUCTURE

Анотація. В сучасних умовах глобалізації економіки відбуваються цікаві трансформації ролі і місця окремих галузей у господарському комплексі. У цих процесах дуже важливу роль відіграє інфраструктура. Статтю присвячено дослідженню характеристик сучасного регіонального простору. У статті здійснено історичний екскурс впливу теорій простору на формування сучасного поняття «інфраструктура». Визначення, котре увійшло у науковий обіг в XIX столітті, сьогодні відіграє найважливішу роль — об'єднання всіх виробничих, господарських, соціальних, економічних процесів світу в єдино. Починаючи свій шлях становлення із XVII століття, завдяки появі нових можливостей епохи просвітництва, людство змогло відштовхуватись від проблем вирішення постачання сільськогосподарської продукції у міста досягти глобального економічного розвитку. Поглиблення знань про «відстань» та «час», необхідність застосування теоретичних підходів у реалізації оптимального містобудування, швидкі темпи індустріалізації спонукали до появи об'єктів, котрі були згруповані в подальшому за сферами застосування, що окреслило види інфраструктури — виробничу, соціальну, транспортну, інформаційну та ін.

Теорії простору таких вчених, як А. Сміта, Р. Кантільона та П. Стюарта, фон Тюнена та В. Лаунхардта і ін. були першоджерелами поглиблення знань у вирішенні проблем раціонального містобудування, котре в наслідок глобалізації суспільно — економічних процесів набуло масштабних наслідків, де сучасна інфраструктура є запорукою життєздатності. Проаналізовано еволюцію теорії особливостей функціонування просторових систем. Проведено порівняльний аналіз індустріальної та постіндустріальної парадигм регіонального розвитку, який дає змогу обґрунтовувати закономірності еволюції економічного простору. Встановлено взаємозв'язки розвитку «теорії простору» із сучасним формуванням поняття інфраструктури. Зроблено висновок про те, що поняття «інфраструктура», служить забезпеченню ефективного функціонування суспільства.

Ключові слова: інфраструктура, теорія простору, відстань, час, оптимальне розміщення.

Summary. In the current conditions of economic globalization, there are interesting transformations of the role and place of individual industries in the economic complex. Infrastructure plays a very important role in these processes. The article is devoted to the study of the characteristics of modern regional space. The article provides a historical digression of the influence of space theories on the formation of the modern concept of «infrastructure». The definition, which came into scientific circulation in the XIX century, today plays a crucial role – the unification of all production, economic, social, economic processes in the world. Beginning its path of formation in the seventeenth century, thanks to the emergence of new opportunities in the Enlightenment, humanity was able to start from the problems of solving the supply of agricultural products to cities to achieve global economic development. Deepening knowledge of «distance» and «time», the need for theoretical approaches in the implementation of optimal urban planning, rapid industrialization led to the emergence of objects that were grouped in the future by areas of application, outlining the types of infrastructure – industrial, social, transport, information, etc.

Space theories by such scholars as A. Smith, R. Cantillon and P. Stewart, von Tunen and W. Launhardt, and others. were the primary sources of deepening knowledge in solving problems of rational urban planning, which as a result of globalization of socio – economic processes has had far – reaching consequences, where modern infrastructure is the key to viability. A comparative analysis of industrial and post-industrial paradigms of regional development is carried out, which allows to substantiate the laws of evolution of economic space. Relationships between the development of «space theory» and the modern formation of the concept of infrastructure have been established. The evolution of the theory of features of spatial systems functioning is analyzed. It is concluded that the concept of «infrastructure» serves to ensure the effective functioning of society.

Key words: infrastructure, theory of space, distance, time, optimal location.

Постановка проблеми в загальному виді та її зв'язок з важливими науковими завданнями. Із поваленням феодалізму у XVII столітті людство започаткувало нову епоху «просвітництва», котра набравши стрімкого розвитку зберігається і до сьогодення. У науковій літературі мало дослідженими є роль «теорій простору» у виділенні сучасного поняття «інфраструктура», котра стала зв'язковою ланкою усіх без винятку фінансово — економічних, соціальних, виробничих процесів глобального світу. Перебільшити роль тодішніх теорій просторової економіки неможливо, адже вони стали фундаментом сучасного інноваційного розвитку суспільства. Здійснення історичного екскурсу впливу теорій простору на формування сучасної інфраструктури дасть змогу спрогнозувати можливі сценарії її подальшого розвитку, як основи життєзабезпечення сучасного людства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зміст поняття «інфраструктура» досліджується у працях Брунець Б.Р. [1], котра зазначає на принципах та багаторівневості її формування. Увага державно-нормативного регулювання її функціонування висвітлюється у Бірюкова Д.С. [2].

Загалом зміст теорій простору висвітлений у працях багатьох вчених: О.А. Геймана, О.В. Козирева, О.М. Красносова [3], Ю.Я. Волошина [4] та ін. Адаптацію теорій простору для сучасних міст здійснено у дослідженнях Й.М. Гойлик, М.М. Несух, Т.В. Федорянич [5].

Мета статті полягає у встановленні взаємозв'язків розвитку «теорії простору» із сучасним формуванням поняття інфраструктури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Слово інфраструктура вперше ввійшло в обіг в англійській мові приблизно з 1927 року та використовувалося для позначення установ, які формують основу для будь-якої операції або системи [6].

Дане поняття запозичене із військової сфери, де воно охоплює комплекс будівель та постійних споруд необхідних для підтримки, перерозподілу, та управління збройними силами та забезпечення їх дії. До них слід віднести — склади боєприпасів та інших військових матеріалів, аеродроми, ракетні бази, полігони, площадки для запуску ракет і т.п.

У вітчизняний же науковий обіг дане поняття було впроваджено на кінці 40-х років XX століття та використовувалося для визначення комплексу галузей що обслуговують промислове та сільське господарство, а саме будівництво каналів, портів, мостів, доріг, та ін. [7].

За даними Великого енциклопедичного словника поняття інфраструктура походить від лат. «infra» — нижче, під, і «structura» — побудова, розташування та означає сукупність споруд, будинків, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва й забезпечення умов життєдіяльності суспільства [8].

Зважаючи на твердження різних науковців з визначення сутності поняття «інфраструктура» Г. Повх та З. Герасимчук синтезували основні характеристики даного визначення у постулати, котрі якнайповніше відображають її суть:

– отже це повинна бути група галузей, котра має спільне призначення;

- господарська діяльність відбувається у подібних умовах;
- сукупність різноманітних галузей та видів діяльності, діяльність котрих спрямована на підвищення ефективності розвитку виробництва;
- сукупність видів діяльності, мета яких господарська єдність території і підвищення рівня економічної ефективності функціонування господарських об'єктів [12].

Загалом розрізняють виробничу (дороги, канали, порти, склади, системи зв'язку й ін.) і соціальну (школи, лікарні, театри, стадіони й ін.) інфраструктуру. Іноді терміном «інфраструктура» позначають комплекс так званих інфраструктурних галузей господарства (транспорт, зв'язок, освіта, охорона здоров'я й ін.).

З розвитком промислового, сільськогосподарського виробництва та появою транспорту і зв'язку у 50-х призвело до необхідності обґрунтування ролі інфраструктури у забезпеченні ефективного функціонування виробництва [13].

Але бурхливий науково-технічний розвиток та поглиблення міжгалузевих зв'язків призвів до значної диференціації даного поняття. Так було

виокремлено організаційно-технічну, фінансово-кредитну, державно-регулятивну, науково-дослідну та інформаційну інфраструктури, котрі були виокремлені на макро-, мезо та мікрорівнях (див. рис. 2). Поняття інфраструктури тісно взаємопов'язане із розвитком містобудівної справи, бум котрої розпочався у сімнадцятому столітті, котра ознаменувалась тотальною індустріалізацією із першопочатковою появою відділів праці на фабриках та заводах.

Першопочатковий внесок у окреслення проблеми необхідності появи досліджуваного нами поняття здійснили у 1776 році такі відомі вчені, як А. Сміт, Р. Кантільон та П. Стюарт, котрі вперше порушили питання про взаємозв'язок двох основних факторів розвитку народного господарства — «площа» та «відстань». Економічна теорія, котра розвивалась паралельно із бурхливим ростом промисловості займалась обґрунтуванням розташування виробничих об'єктів по відношенню до територіальних особливостей, що заклало основу формування сучасної транспортної інфраструктури.

Особливу увагу у дослідженні теорії «простору» слід приділити праці німецького вченого



Рис. 1. Визначення поняття «інфраструктура»

Джерело: укладено авторами за джерелами [9; 10; 11; 12]

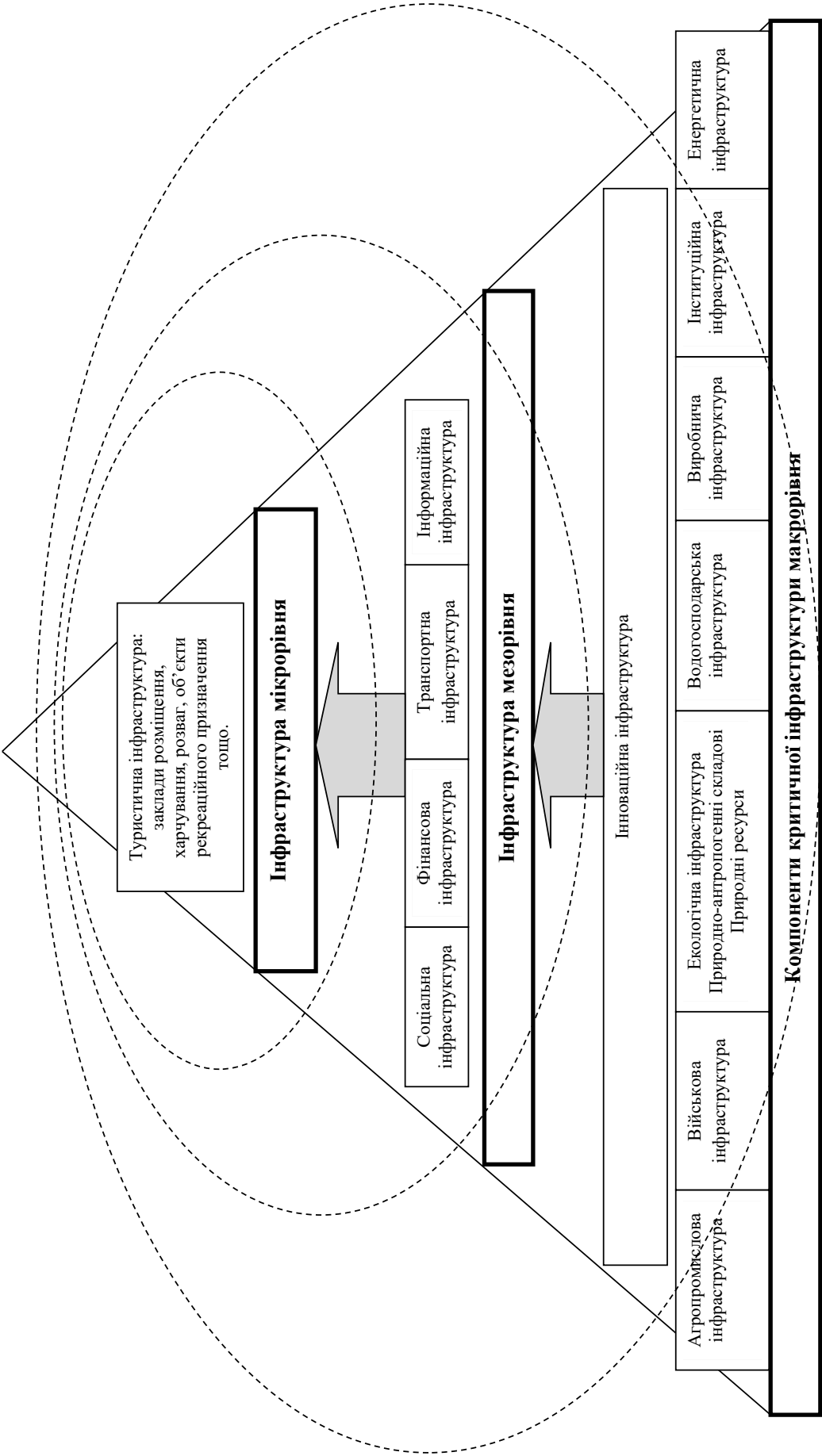


Рис. 2. Компоненти різних рівнів інфраструктури
Джерело: укладено авторами

Йогана Генріха фон Тюнена «Ізольована держава по відношенню до сільського господарства й національної економіки» 1826 р. де вперше вчений намагався дати відповідь на питання «Як буде розвиватись сільське господарство в умовах ізольованої країни та який вплив здійснюватиме на нього відстань від міста?». Саме він встановив перші засади здійснення аналізу щодо розміщення виробництва відносно простору, котре розглядалось як економічне явище та зображувалось у вигляді географічної моделі основними чинниками котрої були віддаленість від центру та площа. Характеристиками, котрі вказували на ефективність виробництва вважались транспортні витрати та розміщення підприємства.

Послідовником теорії «використання простору» В. Лаунхардт у праці «Визначення раціонального розміщення промислового підприємства» було запропоновано методику визначення оптимального місця розташування організації, котра б задовольняла умови — мінімальні транспортні витрати на виготовлення та збут одиниці продукції.

Поруч із відомими німецькими економістами, котрі займались оптимізацією використання площі щодо розміщення виробничих підприємств та мінімізацією транспортних витрат, вагомий внесок у обґрунтування ефективних підходів щодо здійснення раціонального містобудування (розміщення виробничих, житлових, соціальних об'єктів) здійснили архітектори Ховард та Т. Граньє. В основу їх теорії було закладено дотримання соціально-економічних норм життєдіяльності населення. Англійський архітектор Ховард запропонував концепцію «міста-саду» котра базувалась на необхідності оточення міської зони сільськогосподарськими угіддями [14, с. 156]. Французький вчений Граньє пропонував відмежовувати промислову, обслуговуючу, відпочинкову та житлову зони зеленими насадженнями. Саме така концепція на його думку могла найефективніше задовольнити потреби людини у праці та відпочинку.

Як видно із вищевказаного, вже на ранніх етапах епохи індустріалізації, у вищевказаних теоріях було закладено положення про необхідність формування інфраструктури міста. Відмежування виробничих площ від житлових. Вирішувались питання ефективності транспортного забезпечення, котре розглядалось життєдайною основою його подальшого функціонування.

Великим поштовхом у продовженні розвитку теорії «використання площі» стала праця Вальтера Кристаллера 1933 р. «Центральні місця в Південній Німеччині», котра сформувала теоретичні

аспекти розміщення населених пунктів відповідно до оптимально-каркасно-сіткової моделі. Згідно даної теорії розміщення населених пунктів повинно було здійснюватися рівномірно зберігаючи однакові відстані один від одного нагадуючи форму шестигранника. За задумом В. Кристаллера за таких умов буде забезпечено максимально можливе переміщення між містами та ефективне управління територією з оптимальним доступом до об'єктів сфери послуг.

Дана теорія була піддана критиці, адже як свідчить практика, внаслідок політичних, соціальних, економічних, географічних чинників неможливо дотримуватись геометрично правильного шестигранника та строгої ієрархії розподілення. Численні досліді еволюційної моделі показали, що симетрична будова є нестійкою. Достатньо невеликих флуктуацій щоб появились нові зони з високою концентрацією активності

Подальше формування поняття «інфраструктури» тісно пов'язане з виникненням теорії «полюсів росту» розробленої французьким вченим Франсуа Перру у 1960 р. Центральною ідеєю є домінуюча роль лідируючих галузей котрі створюють інноваційні продукти та у взаємодії утворюють міжгалузеві конгломерати. Провідні економісти світу вказали що не лише сукупність провідних організацій слід вважати полюсами росту, а й населені пункти котрі володіють значним потенціалом для подальшого розвитку інновацій та прогресу. Завдяки їх потужності імпульси росту передаються не лише другорядним галузям, а й прилеглим територіям котрі знаходяться неподалік від географічної агломерації економічного ядра.

Теорія «полюсів росту» використовується у багатьох країнах світу для розробки стратегії економічного розвитку території. При цьому значна увага зосереджується на поляризованому розвитку регіонів. Адже, існують економічно освоєні території та нові. Перші — економічно розвинені території зазнають постійних динамічних змін, котрі здійснюються шляхом модернізації, реорганізації та впровадження інновацій. Нові ж території освоюються завдяки здійсненню індустріалізації (впровадження промислових об'єктів), котрі в міру розбудови інфраструктури створюють технологічний ланцюг удосконалення виробничих процесів та освоєння природних ресурсів. Завдяки утворенню таких економічних ядер досягається ефект концентрації та синергізму.

Через поглиблення міжгалузевих зв'язків, розширення видів діяльності, появи мега урбанізованих територій виникла потребу у групуванні

інфраструктури за рівнями критичної необхідності функціонування та захисту (див. рис. 2).

1. Інфраструктура макрорівня — це інфраструктура, яка забезпечує ефективність функціонування усіх сфер життєдіяльності населення. Поняття макроінфраструктури слід розглядати відносно всієї держави. Це важливі стратегічні об'єкти, а саме електростанції, інфраструктура із водопостачання та водовідведення, водосховища; сільськогосподарська (зерносховища, кормосховища, елеватори тощо); виробнича, а саме та котра становить загальнонаціональний інтерес (підприємства, об'єкти військового та соціального призначення); екологічна та така, котра забезпечує безперервне та оптимальне функціонування держави.

Саме макроінфраструктура з 1998 року отримала назву «критичної» — це «національна інфраструктура як система, спадкоємність якої важлива для функціонування держави, втрата або порушення якої мала б, або могли б загрожувати життю громадян, мати негативні економічні або соціальні наслідки для суспільства чи його значної частини. До такої системи входять державне управління служби надзвичайних ситуацій, енергетики та палива, телекомунікацій, забезпечення продовольством, санітарія, банківська система, комунікаційні мережі і служби, юстиція і захист громадського порядку, соціальне медичне обслуговування, а також прогноз погоди» [15].

Формування інфраструктури макрорівня залежить від економічних, демографічних, соціокультурних, природних, науково-технічних та політико-правових чинників на регіональному та загальнодержавному рівнях.

Кожна держава самостійно визначає складові інфраструктури макрорівня, і наслідуючи міжнародний досвід, необхідно приймати відповідні законодавчі акти, котрі б регулювали державні програми розвитку/захисту критичної інфраструктури.

Глобалізація суспільно-економічних відносин призвела до виникнення ряду загроз — екологічних, економічних, фінансових, військових тощо. Компоненти макрорівня забезпечують життєдіяльність держави загалом та можуть набувати міжнародного значення.

2. Інфраструктура мезорівня — це об'єкти, котрі обслуговують усі види виробничо — господар-

ської діяльності та більш орієнтована на безпосередню взаємодію із населенням. Це комунальні та медичні служби, служби захисту прав людини, торгівля, страхові компанії, банківська система, заклади розміщення, ресторани, бари, заклади швидкого харчування, транспорт, спортивні заклади, інформаційно-телекомунікаційні засоби зв'язку та передавання інформації.

Зважаючи на це, компонентами інфраструктури мезорівня є:

- соціальна інфраструктура (житлово-комунальна інфраструктура, інфраструктура побуту, охорони здоров'я, фізичного виховання, духовна, освіти, культури, науки, соціального забезпечення та торгівлі);
- транспортна інфраструктура (залізниці, залізничні вузли й станції, автомобільні дороги, автомагістральні, вулиці, авіалінії та аеропорти, річкові шляхи й порти, морські порти, канатні дороги, вантажні термінали тощо);
- інформаційна інфраструктура (сукупність технічних засобів і технологій, підприємств, установ і організацій, які реалізують інформаційні процеси і на які поширюється юрисдикція держави).

Інфраструктуру ж мікрорівня можна розглядати з точки зору певної сфери діяльності, котра забезпечує специфічні потреби населення, наприклад — туристична.

Висновок з даного дослідження та перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Вище зазначені теорії досліджуючи проблеми оптимізації розміщення тих чи інших об'єктів, із врахуванням двох факторів «простору» та «часу», зумовили появу багатьох інфраструктурних складових, деякі із них з часом були об'єднані в галузі, основними завданнями котрих було забезпечення безперервного та ефективного функціонування народного господарства. У зв'язку із необхідністю узагальнення цих видів діяльності у науковий обіг було введено поняття «інфраструктура», котра з часом набула деталізованого поділу хоча і служить одному призначенню — забезпеченню ефективного функціонування суспільства. Наступні дослідження є доцільно здійснити у сфері деталізації впливу інновацій та науково — технічного прогресу на надання інфраструктурних послуг.

Література

1. Брунець Б. Р. Сутність означення інфраструктура. Науковий вісник НЛТУ України: збірник науково-технічних праць, 2012. № 22.05. С. 372–377.
2. Бірюков Д. С., Кондратов С. І. Захист критичної інфраструктури: проблеми та перспективи впровадження в Україні: навч. посіб. Київ: НІСД, 2012. 96 с.
3. Гейман О. А., Козирева, О. В., Красноносова О. М. Світовий досвід розвитку теорії просторового розміщення продуктивних сил. Міжнародний науковий економічний журнал «Бізнес Інформ». Харків, 2016. № 1. С. 35–42.
4. Волошина, Ю. Я. Теоретичні основи економічного розвитку регіону через призму взаємозв'язків між містом та його приміською зоною. Науковий вісник Ужгородського університету. 2012. № 2 (36). С. 78–82.
5. Голик Й. М., Несух М. М., Федорянич Т. В. Дослідження еволюційних тенденцій планування території Закарпаття. Вісник ужгородського національного університету «містобудування та територіальне планування». 2016 С. 79–90.
6. Douglas Harper. Etymology Dictionary. Accessed: April 24, 2008. URL: <http://dictionary.reference.com/browse/infrastructure>
7. Солюс Г. П. Инфраструктура. URL: <http://dic.academic.ru/>
8. Большой энциклопедический словарь. URL: <http://www.vedu.ru/BigEncDic/24166>
9. Сорока І. В. Інфраструктура товарного ринку: навчальний посібник. Київ: НМЦВО МОІН України, 2002. 608 с.
10. Жамин В. А. Инфраструктура при социализме. Нуковий журнал Вопросы экономики. 1977. № 2. С. 16.
11. Мочерний С. В. Економічна енциклопедія. Київ-Тернопіль, 2002. 952 с.
12. Повх Г. П., Герасимчук З. В. Зміст та значення інфраструктурного забезпечення транскордонного. Зб. наук. пр. Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 24. Частина II. Черкаси: ЧДТУ, 2009. С. 244–249.
13. Кочетов А. Н., Харитонов Д. А. Современный взгляд на роль инфраструктуры в социальном развитии общества. Поволж. гуманитар. журн. 2001. № 1. URL: http://journal.seun.ru/j2000_2r//Sociosocio.htm
14. Ховард М., Лебланк Д. Защищенный код: (пер. с англ.): посібник 2-е изд. испр. М.: Рус. Ред. 2004. 704 с.
15. Поняття про критичну інфраструктуру. URL: <http://mailswm.com/ponyattya-pro-kritichnu-infrastrukturu>

References

1. Brunets B. R (2012). The essence of the definition of infrastructure. *Ekonomika ta derzhava, Naukovyi visnyk NLTU Ukrainy: zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats vol.1*, P. 372–377.
2. Biriukov D. S., Kondratov C. I. (2012). Critical Infrastructure Protection: Problems and Prospects for Implementation in Ukraine [Critical Infrastructure Protection: Problems and Prospects for Implementation in Ukraine], NISS, Kyiv, Ukraine.
3. Heiman O. A., Kozyrieva O. V., Krasnonosova O. M. (2016). Svitovyi dosvid rozvytku teorii prostorovoho rozmishchennia produktyvnykh syl. *Mizhnarodnyi naukovyi ekonomichnyi zhurnal «Biznes Inform»*. Kharkiv. vol.1, P. 35–42.
4. Voloshyna Yu. Ya. (2012). Theoretical foundations of economic development of the region through the prism of the relationship between the city and its suburbs. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu vol. 2(36)*, P. 78–82.
5. Holyk Y. M., Nesukh M. M., Fedorianych T. V. (2016). Research of evolutionary tendencies of planning of the territory of Transcarpathia. *Visnyk uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu «mistobuduvannia ta teritorialne planuvannia»*, P. 79–90.
6. Douglas Harper. Etymology Dictionary. Accessed: April 24, 2008, available at: <http://dictionary.reference.com/browse/infrastructure>
7. Solius H. P. Infrastructure, available at: <http://dic.academic.ru/>
8. Large encyclopedic dictionary, available at: URL: <http://www.vedu.ru/BigEncDic/24166>
9. Soroka I. V. (2002). Infrastruktura tovarnoho rynku [Commodity market infrastructure]. *navchalnyi posibnyk*, Kiev, P. 608.
10. Zhamyn V. A. (1977). Infrastructure under socialism. *Nukov Journal of Economics*, vol. 2. P. 16.
11. Mocherny S. V. (2002). *Ekonomichna entsyklopediia [Economic encyclopedia]*, Kiev, P. 952.
12. Povkh H. P., Herasymchuk Z. V. (2009). The content and importance of cross-border infrastructure. *Zb. nauk. pr. Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, vol. 24. P. 244–249.
13. Kochetov A. N., Kharitonov D. A. (2001). A modern view of the role of infrastructure in the social development of society. *Povolzh. Humanytar. Zhurnal*. vol. 2, available at: http://journal.seun.ru/j2000_2r//Sociosocio.htm
14. Howard M., Leblanc D. (2004). *Zashchishchenny kod [Protected code]: (translated from English): 2nd ed.*
15. The concept of critical infrastructure, available at: <http://mailswm.com/ponyattya-pro-kritichnu-infrastrukturu>

Мельник Тетяна Миколаївна

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародного менеджменту
Державний торговельно-економічний університет*

Melnyk Tetiana

*Doctor of Economics,
Professor of the Department of International Management
State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0002-3839-6018*

Павлюк Олена Олександрівна

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародного менеджменту
Державний торговельно-економічний університет*

Pavliuk Olena

*Doctor of Economics,
Professor of the Department of International Management
State University of Trade and Economics
ORCID: 0000-0003-1023-7071*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8105

СУЧАСНІ ФІНАНСОВІ ТА ТОВАРНІ РИНКИ: ХАРАКТЕРИСТИКИ ТА ВИМІРИ

СОВРЕМЕННЫЕ ФИНАНСОВЫЕ РЫНКИ: ХАРАКТЕРИСТИКИ И ИЗМЕРЕНИЯ

MODERN FINANCIAL AND COMMODITY MARKETS: CHARACTERISTICS AND DIMENSIONS

Анотація. Сучасні фінансові системи мають глобальний характер. Стаття розкриває сучасний стан світових фінансових ринків. На прикладі трендів фондових індексів показано основні тенденції розвитку світових фінансових ринків в наслідок глобальних викликів (пандемія Covid-19 та війна в Україні). Проаналізовано тенденції індикаторів фондових ринків в різних регіонах світу. У статті розкриваються сучасні фактори, які впливають на тренди фондових індексів. Досліджено вплив економічних та політичних наслідків, які викликані пандемією та війною на подальший розвиток світової економіки. Показано роль геополітичних подій на розвиток ринків сировинних товарів, зокрема золота та нафти. Проаналізовано основні фондові індекси та як вони реагують на зміни світового економічного середовища. Так, в статті показано, що негативні глобальні сигнали впливають на занепокоєння навколо зростання інфляції в усьому світі, а підвищення ставок впливає на настрої інвесторів. Доведено, що фінансові ринки можуть заспокоюватися від глобальних рішень міжнародних лідерів та організацій. Але, дуже часто геополітичні рішення носять ознаки нерішучості, що впливає на продовження військових дій в Україні та сприяє наступним коливанням фінансових індикаторів. Показано, що волатильність фінансових ринків залишиться високою і на останньому тижні червня, завдяки запланованому завершенню терміну дії контрактів на похідні інструменти в червні та політичним рішенням країн Групи семи – G7, які можуть оголосити заборону на імпорт російського золота у вівторок 28 червня. В статті проведено аналіз характерних особливостей трендів основних світових фондових індексів та розкриваються можливі перспективи їх розвитку, а також визначено основні фактори трендів фондових ринків на сучасному етапі розвитку. Досліджено сучасний стан фінансового ринку України.

Ключові слова: міжнародні фінансові та товарні ринки, фондові індекси, акції, пандемія Covid-19, геополітичні виклики, інвестиції, війна.

Аннотация. Современные финансовые системы носят глобальный характер. Статья раскрывает современное состояние мировых рынков. На примере трендов фондовых индексов показаны основные тенденции развития мировых финансовых рынков в результате глобальных вызовов (пандемия Covid-19 и война в Украине). Проанализированы тенденции индикаторов фондовых рынков в разных регионах мира. В статье раскрываются современные факторы, влияющие на тренды фондового индекса. Исследовано влияние экономических и политических последствий, вызванных пандемией и войной на дальнейшее развитие мировой экономики. Показана роль геополитических событий в развитии рынков сырьевых товаров, в частности золота и нефти. Проанализированы основные фондовые индексы и как они реагируют на изменения мировой экономической среды. Так, в статье показано, что негативные глобальные сигналы влияют на беспокойство вокруг роста инфляции по всему миру, а повышение ставок влияет на настроения инвесторов. Доказано, что финансовые рынки могут успокаиваться от глобальных решений международных лидеров и организаций. Но очень часто геополитические решения носят признаки нерешительности, что влияет на продолжение военных действий в Украине и способствует последующим колебаниям финансовых индикаторов. Показано, что волатильность финансовых рынков останется высокой и на последней неделе июня, благодаря запланированному истечению срока действия контрактов на производные инструменты в июне и политическим решениям стран Группы семи — G7, которые могут объявить запрет на импорт российского золота во вторник 28 июня. В статье проведен анализ характерных особенностей трендов основных мировых фондовых индексов и раскрываются возможные перспективы их развития, а также определены основные факторы трендов фондовых рынков на современном этапе развития. Исследовано современное состояние финансового рынка Украины.

Ключевые слова: международные финансовые и товарные рынки, фондовые индексы, акции, пандемия Covid-19, геополитические вызовы, инвестиции, война.

Summary. Modern financial systems are global in nature. The article reveals the current state of world financial markets. The example of stock index trends shows the main trends in global financial markets as a result of global challenges (the Covid-19 pandemic and the war in Ukraine). The trends of stock market indicators in different regions of the world are analyzed. The article reveals the current factors that affect the trends of stock indices. The influence of economic and political consequences caused by the pandemic and war on the further development of the world economy is studied. The role of geopolitical events on the development of commodity markets, in particular gold and oil, is shown. The main stock indices and how they react to changes in the world economic environment are analyzed. Thus, the article shows that negative global signals are causing concerns about rising inflation around the world, and rising rates are affecting investor sentiment. It has been proven that financial markets can calm down from the global decisions of international leaders and organizations. However, very often geopolitical decisions show signs of indecision, which affects the continuation of hostilities in Ukraine and contributes to the subsequent fluctuations of financial indicators. It is shown that the volatility of financial markets will remain high in the last week of June, due to the planned expiration of contracts for derivative instruments in June and political decisions of the G7 countries, which may ban Russian gold imports on Tuesday, June 28. The article analyzes the characteristics of the trends of major world stock indices and reveals the possible prospects for their development, as well as identifies the main factors of stock market trends at the present stage of development. The current state of the financial market of Ukraine is studied.

Key words: international financial and commodity markets, stock indices, stocks, Covid-19 pandemic, geopolitical challenges, investments, war.

Постановка проблеми. Війна в Україні спричинила суттєві зміни у світовому економічному середовищі. Держави світу запроваджують негайні заходи у всіх сферах життя. Ці заходи мають докорінний вплив на діяльність підприємств та економіку загалом. Відбулось падіння темпів національних економік та фондових ринків. Всесвітні обмеження, припинення функціонування підприємств, падіння торгівлі та спад економічних систем — це основні ознаки сучасної світової економіки. Разом з цим, економічні кризи глибоко поєднанні з іншими

факторами, такими як політичні та військові загрози і тому підсилюють негативний вплив на світову економіку та зокрема на фінансові та товарні ринки. Завданням статті є визначення сучасних трендів індикаторів фондових та товарних ринків та окреслити роль геополітичних факторів на їх волатильність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженнях вчених є різноманітні методики визначення стану індикаторів фінансових ринків. Якщо проаналізувати думку Скота Пейджа про

те, що курс акцій завжди є достовірним та в довгостроковій перспективі їх ціна не може значно відхилятися від їх істинної вартості, то стає зрозумілим, що вартість фінансових інструментів залежить від багатьох факторів і в тому числі від соціально-політичної ситуації на ринках[1]. А. Девідсон досліджує сучасні глобальні ринки та особливості їх роботи в умовах невизначеності[2]. Загальній теорії та практикам функціонування фондових ринків присвячено дослідження Джона К. Халла [2] та Зві Боді [3]. Ці дослідники вивчають методи та практики функціонування фінансових ринків та зокрема вплив негативних факторів на їх стан та волатильність. В науковій статті авторів Thirunavukarasu Anbalagan та Uma Maheswari досліджуються застосування методів технічного та фундаментального напрямків щодо змін трендів індексів [4]. Вплив глобальної пандемії Covid-19 на фінанси та економіку країн світу досліджено у працях таких вчених: Бураковський І. [5], Баженова О. [6], Калінкова І. Ю. [7], Шепетило О. [8]. У наукових дослідженнях, також, описано особливості пандемічних реакцій та результат їх впливу на економічне становище, для того, щоб дати оцінку їх відображення на фінансово-економічній системі[9].

Мета. Виявити фактори волатильності фінансових та товарних ринків на тлі економічних загроз, спричинених глобальною пандемією коронавірусної хвороби та війною в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Глобальні події такі, як світова пандемія коронавірусу та початок повномасштабної війни на території України вплинули на всі ринки в світі і якщо вірус руйнівнішо впливав на окремих осіб, підприємства, галузі промисловості та економіки, то війна вплинула на всю геополітичну ситуацію, яка спрямована на руйнування архітектури європейської безпеки, що існувала після Гельсінських угод 1975 року та вимагає від європейських держав-учасниць Альянсу єдиних дій економічного та політичного характеру стосовно повномасштабної агресії Росії проти України. Пандемія призвела до раптової зупинки світової економічної активності в першій половині 2020 року і, як тільки світова економіка почала оговтуватися, війна в Україні спричинила ще більший за масштабами економічний колапс. Сучасний стан розвитку фінансових ринків світу знаходиться під постійним впливом цих факторів, влада та економісти усіх країн шукають нові інструменти для збереження їх стабільності.

Якщо пандемія Covid-19, була неочікуваною для усього світу, то загрозу повномасштабної

збройної агресії в Україні прогнозувати всі і це помітно відображалося на фондових індексах та ситуації на фінансових ринках світу. З початком війни різні держави почали запроваджувати глобальні економічні заходи для підтримки економіки. Ці заходи мали докорінний вплив на діяльність підприємств та економіку загалом. Відбулось падіння темпів національних економік та фондових ринків. Загалом ця ситуація призвела не тільки до закриття деяких підприємств, а й згортання діяльності цілих фондових бірж на території країни-агресора. На фоні цих подій ми дослідили сучасні тренди індикаторів фондових та товарних ринків та визначили ключові фактори, які впливають на їх волатильність. Так, ціни на золото останнього тижня червня відчувають певну волатильність через очікування, що країни Групи семи — G7 можуть оголосити заборону на імпорт російського золота у вівторок. Ціни на сировину також торгувалися нижчими, а більшість товарів у несільськогосподарському сегменті продовжили зниження протягом тижня через хвилювання щодо зростання попиту та побоювання рецесії. Ціни на злитки золота знизилися на ринкових очікуваннях через заяви ФРС на липневому засіданні про геополітичні виклики та світову фінансову кризу. Відповідно до даних світових фінансових аналітичних центрів, основні метали торгуються слабко через зниження попиту з боку Китаю та занепокоєння глобального сповільнення та ембарго Росії та торгівлю золотом. Ціни на нафту також знизилися, оскільки страхи рецесії викликали продажі, незважаючи на обмежені пропозиції. Індeksi фондового ринку показують, як інвестори відчувають, як розвивається економіка. Індекс збирає дані від різних компаній у різних галузях. Разом ці дані формують картину, яка допомагає інвесторам порівнювати поточні рівні цін з минулими цінами для обчислення ефективності ринку. Прогноз індексу цін на акції є важливою частиною інвестування в акції. Завдяки високій волатильності фондового ринку вкрай складно спрогнозувати тенденцію курсу акцій, оскільки, як правило, числові значення індексів не мають сенсу. Найголовніше це зміни цих індексів у часовому вимірі, адже це дозволяє визначити вектор розвитку ринку. Тому, залежно від низки значень, фондові індекси можуть відбивати поведінку деяких цінних паперів або ринку у цілому. Промисловий індекс Dow Jones найбільше продемонстрував зміни на тлі вищезгаданих подій. Dow Jones — це фондовий індекс, який відстежує 30 найбільших компаній США. Створений 26 травня

1896 року, він є одним із найстаріших фондових індексів, і його ефективність вважається корисним показником стану всього фондового ринку США. Його було створено редактором газети The Wall Street Journal і засновником компанії «Dow Jones & Company» Чарльзом Доу для відстеження розвитку американських фондових ринків. Індексом Dow Jones Industrial Average управляє S&P Dow Jones Indices, спільне підприємство, яке контролюється мажоритарною частиною фінансової інформаційно-аналітичної компанії S&P Global. Dow Jones Industrial Average (DJI) це індекс на який часто звертають увагу інвестори, оскільки він складається з 30 провідних компаній «Голубих фішок», але на відміну від деяких інших провідних індексів, Dow 30 представляє компанії, які базуються лише в США.

Індекс Dow 30 є частиною індексів S&P Dow Jones і має диверсифікований вплив на різні галузі економіки, за винятком транспорту та комунальних послуг. Індекс Dow Jones Transportation Average та Dow Jones Utility Average охоплюють їх, і всі вони складають індекс Dow Jones Composite Average. Промисловий середній показник Доу-Джонса включає не лише промислові акції, а й акції більшості секторів і галузей, за винятком комунальних послуг і транспорту, які вимірюються іншими індексами, такими як середній транспортний показник Доу-Джонса.

Перед початком повномасштабної війни цей індекс постійно коливався на фоні загрози збройної агресії. Так, за період з 1 по 24 лютого він впав на 2400 пунктів. Цьому передувало також постійне погіршення ситуації навколо України: щодня аналітики прогнозували нову дату початку війни та фондові індекси реагували на це. З огляду на вплив військової агресії та блокування морських портів в Україні, на сьогодні існує загроза голоду для багатьох країн Азії та Африки. На нашу думку, суттєвих наслідків по ринках завдали саме військові події, такі як: російські обстріли Запорізької АЕС, захоплення Маріуполя та дії російських військових у Київській області. Саме після того, як увесь світ побачив звірства в Бучі, Ірпені, Бородянці, Гостомелі та інших містах Київської області, індекс Dow Jones почав знову стрімко обвалюватися. Зараз він зазнає коливань з амплітудою на близько 1000 пунктів в тиждень, що є загрозовим для фінансових ринків.

Як видно з графіку, після початку війни, індекс Dow Jones поступово почав зростати, але з часом все більше інвесторів усвідомили катастрофічні наслідки війни для світової економіки, що на нашу думку, прискорило падіння фондових індексів й одночасне стрімке зростання цін на енергоносії, метали та продукцію сільського господарства, зокрема на зернові та олійні культури.

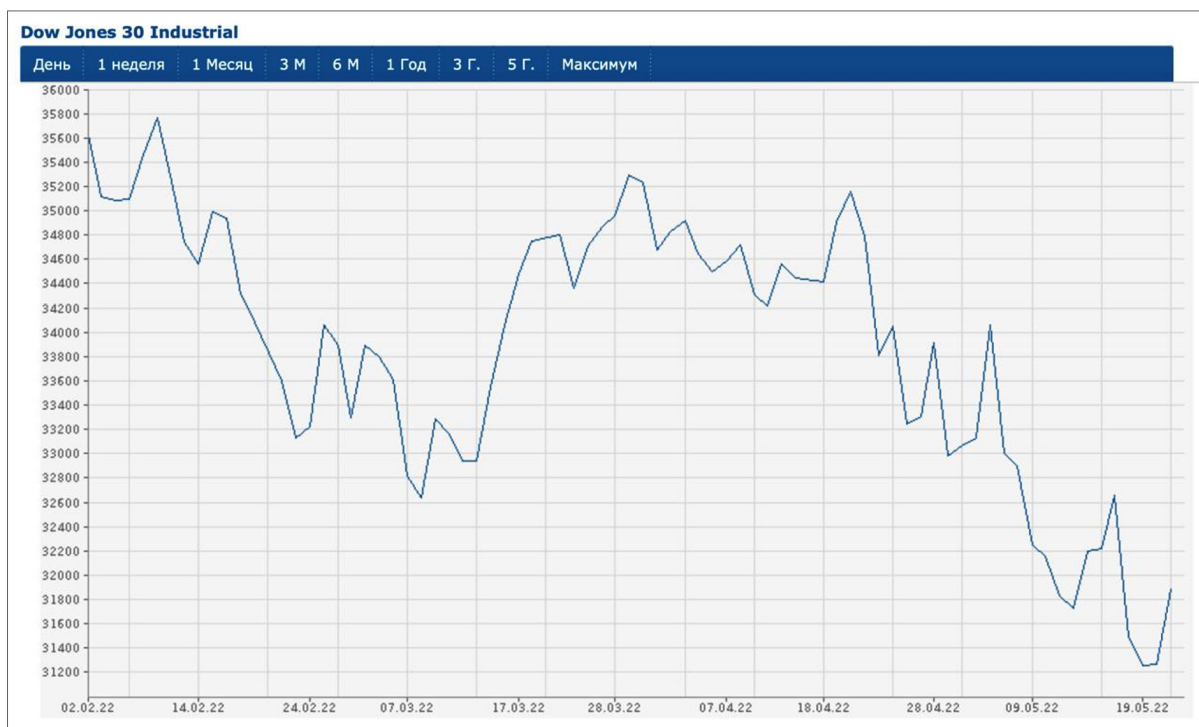


Рис. 1. Динаміка індексу Dow Jones

Джерело: [https://www.indeksi/arhiv-torgov/dow_jones](https://www.indeksi.arhiv-torgov/dow_jones)

Наступним є Індекс Nikkei 225 — один з найважливіших фондових індексів Японії. Індекс розраховується як просте середнє арифметичне цін акцій 225 компаній, що найбільш активно торгуються у першій секції Токійської фондової біржі. Вперше індекс було опубліковано Токійською фондовою біржею 7 вересня 1950 року. Цей індекс більш різко зреагував на загрозу та початок повномасштабної агресії. Лише за лютий він впав на майже 3000 пунктів, зазнаючи при цьому серйозних коливань, у березні цей показник рішуче піднявся, але цей тренд був ненадовго, разом із новими жахами війни його волатильність досягла максимуму і тепер він продовжує то обвалюватися, то підніматися, передаючи собою не тільки настрої ринку, а й суспільства.

Індекс FTSE 100 (Financial Times Stock Exchange Index) — фондовий індекс, що розраховується агентством Financial Times. Вважається одним з найбільш впливових біржових індикаторів у Європі. Почав розраховуватися з 3 січня 1984 року з рівня у 1000 пунктів. Індекс ґрунтується на курсах акцій 100 компаній з найбільшою капіталізацією, що входять до переліку Лондонської фондової біржі. Волатильність цього показника не була такою різкою як у попередніх. Nasdaq-100 з моменту свого заснування в 1985 році є індексом зростання з великою капіталізацією і включає 100 найбільших вітчизняних та міжнародних нефінансових компаній, акції яких ко-

тируються на фондовому ринку Nasdaq на основі ринкової капіталізації. Деякі з найбільш інноваційних компаній у світі, зокрема Apple, Microsoft, Starbucks, Google, Intel і Tesla, зареєстровані на Nasdaq-100. Маючи більше 7000 продуктів, пов'язаних з цим індексом, Nasdaq-100 надає інвесторам доступ до деяких провідних світових компаній та до інвестиційних продуктів, таких як ETF (Exchange Traded Funds (ETF)), ануїтети, опціони та ф'ючерси. В епоху пандемії технологічні галузі багатьох країн світу були сектором, які показали найкращі результати прибутковості.

Як видно з рисунку, за весь досліджуваний період індекс впав лише на менше ніж 70 пунктів. При цьому, найбільше падіння відбулося не 24 лютого, як це було очікувано, а також 5 березня, коли усім стали зрозумілі наслідки цієї війни. Надалі він почав поступово зростати, але досі відрізняється високою волатильністю.

Відповідно, багато найбільших компаній, які отримали найбільшу вигоду від пандемії, такі як Amazon, PayPal і Netflix, котируються на NASDAQ, що у часи пандемії допомагало їй відновлюватися якнайшвидше порівняно з іншими фондовими біржами у світі. Ми не можемо сказати, що динаміка зміни цього індексу якимось суттєво відрізняється від попередніх. NASDAQ також зазнав стрімкого падіння приблизно у той самий час, що й індекс Dow Jones. Найнижчої точки він досяг у середині березня, потім почав поступово

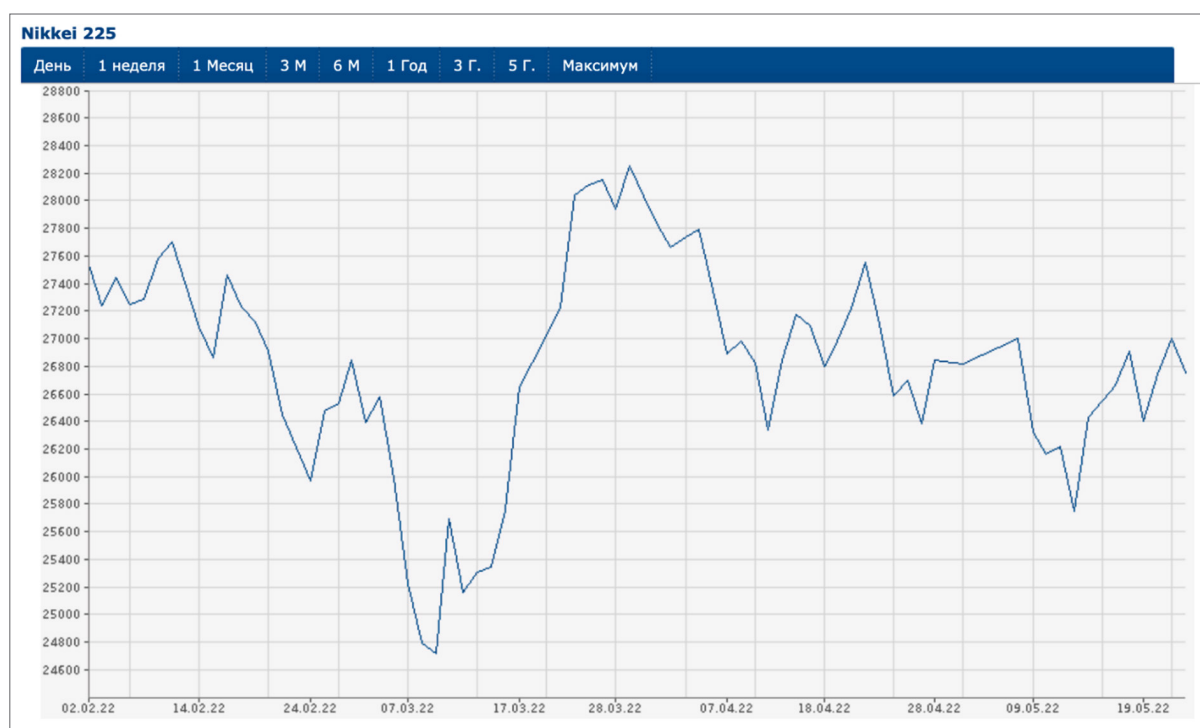


Рис. 2. Динаміка індексу Nikkei 225



Рис. 3. Динаміка індексу FTSE 100

відновлюватися і знову різко обвалився. Зараз він досяг рекордного мінімуму за останній рік і ця тенденція продовжує зростати. Також, ще у березні NASDAQ, Нью-Йоркська та Франкфуртська фондова біржа призупинили торги акціями російських компаній через вторгнення військ РФ на територію України. При цьому американські біржі оголосили про зупинення торгів акціями 1 березня, а компанія Qontigo, що належить Deutsche Borse, виключить із індексів Stoxx 61 російську компанію з 18 березня. Біржа NASDAQ виключила акції HeadHunter Group PLC, Ozon Holdings PLC, Qiwi PLC, Яндекс та Nexters Inc.

На нашу думку, хоча глобальна пандемія коронавірусу (COVID-19) спричинила різке падіння всіх основних індексів фондового ринку, як ступінь падіння в цей час, так і форма подальшого відновлення сильно відрізнялися. Тому спрогнозувати як будуть вони відновлюватися після перемоги України у російсько-українській війні складно. Зрозуміло, що постраждали багато компаній, адже вони вийшли з російського ринку та втратили частку споживачів. До того ж, багато економічних заходів буде направлено на післявоєнне відновлення України та її економіки. Не менш важливою також є роль кредитного рейтингу нашої країни. У травні міжнародне агентство Moody's Investors Service зменшило довгострокові рейтинги уряду України з Саа2 до Саа3. Moody's також змінило негативний прогноз рейтингів, що знаходяться на

перегляді. Зниження рейтингів до Саа3 обумовлено підвищеними ризиками стійкості державного боргу України через вторгнення Росії, що призведе до більш затяжного військового конфлікту, ніж очікувало агентство Moody's, що збільшує ймовірність реструктуризації боргу та збитків приватних кредиторів. При цьому Moody's зазначають, що Україна отримує кошти міжнародної фінансової підтримки, які допомагають пом'якшити безпосередні ризики ліквідності. Проте із цим пов'язане значне зростання державного боргу. Негативний прогноз відображає високий рівень невизначеності щодо того, як розвиватиметься вторгнення Росії і якими будуть його кредитні наслідки. Затяжний військовий конфлікт після вторгнення Росії підтримуватиме дуже високі потреби у фінансуванні протягом тривалого періоду і призведе до подальшого збільшення боргового тягаря. Отже, відшкодування інвесторами у разі дефолту може бути нижче 65–80%, що відповідало б рейтингу нижче Саа3. Зазначимо, згідно з шкалою Moody's рейтинг Саа3 означає близькість емітента до дефолту з невеликим шансом повернення коштів.

Висновки. Таким чином, такі явища глобальна пандемія чи війна мають прямий вплив на стан фондового ринку, оскільки економіки більшості країн світу щільно зав'язані одна на одній і зайшли у кризовий період. Війна в Україні спричинила занепад економіки та фінансового стану ряду країн, скорочення робочих місць, закриття

підприємств та фірм, знецінення національних грошових одиниць. Особливо це відбилося на російській федерації, адже майже всі країни світу зараз направили свою роботу та санкційні заходи для скорочення і, як наслідок, економічної потужності Росії. Фондові ринки є дуже чутливими до таких подій, вони відображають всі економічні, політичні та соціальні настрої суспільства. Через невизначеність, що нині є основною проблемою, занадто важко робити прогнози щодо подальшого розвитку фондових ринків, адже майже неможливо сказати, коли закінчиться війна і що чекає на

світ після неї. Але, можна визначити основні фактори, які впливають на тренди фондових індексів є стан грошового ринку, зокрема розмір процентної ставки Федеральної резервної системи, інфляційні очікування та настрої ринку щодо зайнятості, інформація щодо військових подій та жертв цієї війни. На нашу думку, заради якнайшвидшого закінчення війни, політична та фінансова система мають спрямувати свої ресурси на економічну та військову підтримку України та застосовувати певні міри за для придушення економіки та системи фінансових ринків російської федерації.

Література

1. Модельное мышление. Как анализировать сложные явления с помощью математических моделей. Москва: «Манн, Иванов и фербер», 2020. 525 с.
2. Davidson A. global financial markets really work: the definitive guide to understanding international investment and money flows / Alexander Davidson. London: Kogan Page Limited, 2010. 297 p.
3. Халл Д. К. Опционы, фьючерсы и другие производные финансовые инструменты. / Джон К. Халл. Москва: Издательский дом «Вильямс», 2007. 1051 с. (шестое издание).
4. Боді З. Фінанси / З. Боді, Р. Мертон. Київ: Видавничий дім «Вільямс», 2006. 562 с.
5. Thirunavukarasu A. Classification and Prediction of Stock Market Index Based on Fuzzy Metagraph [Електронний ресурс] / A. Thirunavukarasu, U. Maheswari // Procedia Computer Science. 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915004688>
6. Баженова О. Зовнішні шоки: концептуальні засади та особливості впливу на економіку України [Електронний ресурс] / О. Баженова, І. Чорнодід. 2017. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/13116>
7. Бураковський І. Коронавірус: епідемія як економічний шок [Електронний ресурс] / Ігор Бураковський. 2020. URL: <https://glavcom.ua/columns/burakovskii/koronavirus-epidemiya-yak-ekonomichny-shok-661101.html>
8. Калінкова Ю. Пояснення економічних шоків у поведінковій економічній теорії / Ю. Калінкова. // Інвестиції: практика та досвід № 3. 2012. С. 51–54. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2012/16.pdf
9. Шепотило О. Вплив COVID-19 на світову економіку та зовнішню торгівлю України [Електронний ресурс] / Олександр Шепотило. 2020. URL: <https://voxukraine.org/vpliv-covid-19-na-svitovu-ekonomiku-ta-zovnishnyu-torgivlyu-ukrayini/>
10. Buszko M. COVID-19 pandemic and stability of stock market — A sectoral approach [Електронний ресурс] / M. Buszko, W. Orzesko, M. Stawars // Plos genetics collection. 2021. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0250938>
11. URL: <https://www.financialexpress.com/market/share-market-live-sgx-nifty-hints-at-gap-up-start-for-sensex-nifty-economy-to-grow-7-5-in-fy23-says-pm/257>
12. Міністерство фінансів. Фондові індекси. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock/>
13. Bowman J. Dow Jones Industrial Average [Електронний ресурс] / Jeremy Bowman. 2022. URL: <https://www.fool.com/investing/stock-market/indexes/dow-jones/>
14. Dow Jones показал сильнейшее падение за год на фоне появления штамма «омикрон» [Електронний ресурс]. 2021. URL: <https://tass.ru/ekonomika/13040991>
15. Индекс Nikkei упал на 2,8% на фоне стремительного распространения коронавируса в Японии [Електронний ресурс]. 2022. URL: <https://tass.ru/ekonomika/13464479>
16. Nikkei 225 Apxiv topriiv. URL: https://www.finanz.ru/indeksi/arhiv-torgov/nikkei_225
17. Comparison of the effect of the coronavirus (COVID-19) pandemic on major stock indices worldwide from January 2020 to November 2021 [Електронний ресурс]. 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1251618/effect-coronavirus-major-global-stock-indices/>

References

1. Modelnoe myishlenie. Kak analizirovat slozhnyie yavleniya s pomoschyu matematicheskikh modeley. Moskva: «Mann, Ivanov i ferber», 2020. 525 s.
2. Davidson A. global financial markets really work: the definitive guide to understanding international investment and money flows / Alexander Davidson. London: Kogan Page Limited, 2010. 297 p.
3. Hall D.K. Optsionyi, fyuchersyi i drugie proizvodnyie finansovyie instrumentyi. / Dzhon K. Hall. Moskva: Izdatelskiy dom «Vilyams», 2007. 1051 s. (shestoe izdanie).
4. Bodi Z. Finansy / Z. Bodi, R. Merton. Kyiv: Vydavnychiy dim «Viliams», 2006. 562 s.
5. Thirunavukarasu A. Classification and Prediction of Stock Market Index Based on Fuzzy Metagraph [Електронний ресурс] / A. Thirunavukarasu, U. Maheswari // Procedia Computer Science. 2016. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915004688>
6. Bazhenova O. Zovnishni shoky: kontseptualni zasady ta osoblyvosti vplyvu na ekonomiku Ukrainy [Elektronnyi resurs] / O. Bazhenova, I. Chornodid. 2017. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/13116>
7. Burakovskiy I. Koronavirus: epidemiia yak ekonomichnyi shok [Elektronnyi resurs] / Ihor Burakovskiy. 2020. URL: <https://glavcom.ua/columns/burakovskii/koronavirus-epidemiya-yak-ekonomichniy-shok-661101.html>
8. Kalinkova Yu. Poiasnennia ekonomichnykh shokiv u povedinkovii ekonomichnii teorii / Yu. Kalinkova. // Investytzii: praktyka ta dosvid № 3. 2012. S. 51–54. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/3_2012/16.pdf
9. Shepotylo O. Vplyv COVID-19 na svitovu ekonomiku ta zovnishniu torhivliu Ukrainy [Elektronnyi resurs] / Oleksandr Shepotylo. 2020. URL: <https://voxukraine.org/vpliv-covid-19-na-svitovu-ekonomiku-ta-zovnishnyu-torgivlyu-ukrayini/>
10. Buszko M. COVID-19 pandemic and stability of stock market — A sectoral approach [Elektronnyi resurs] / M. Buszko, W. Orzesko, M. Stawars // Plos genetics collection. 2021. URL: <https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0250938>
11. URL: <https://www.financialexpress.com/market/share-market-live-sgx-nifty-hints-at-gap-up-start-for-sensex-nifty-economy-to-grow-7-5-in-fy23-says-pm/257>
12. Ministerstvo finansiv. Fondovi indeksy. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/markets/stock/>
13. Bowman J. Dow Jones Industrial Average [Elektronnyi resurs] / Jeremy Bowman. 2022. URL: <https://www.fool.com/investing/stock-market/indexes/dow-jones/>
14. Dow Jones pokazal sylneishee padenye za hod na fone poiavleniya shtamma «omykron» [Elektronnyi resurs]. 2021. URL: <https://tass.ru/ekonomika/13040991>
15. Indeks Nikkei upal na 2,8% na fone stremitelnogo rasprostraneniya koronavirusa v Yaponii [Elektronnyi resurs]. 2022. URL: <https://tass.ru/ekonomika/13464479>
16. Nikkei 225 Arkhiv torhiv. URL: https://www.finanz.ru/indeksi/arhiv-torgov/nikkei_225
17. Comparison of the effect of the coronavirus (COVID-19) pandemic on major stock indices worldwide from January 2020 to November 2021 [Elektronnyi resurs]. 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/1251618/effect-coronavirus-major-global-stock-indices/>

Мурована Тетяна Олександрівна

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічного менеджменту та підприємництва
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

Мурованая Татьяна Александровна

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры экологического менеджмента и предпринимательства
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко*

Murovana Tetiana

*PhD in Economics, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8089

**ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВ
ЯК ОСНОВА ЇХ СТІЙКОСТІ В УМОВАХ
НЕСТАБІЛЬНОГО ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА**

**ИННОВАЦИОННОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ
КАК ОСНОВА ИХ УСТОЙЧИВОСТИ В УСЛОВИЯХ
НЕСТАБИЛЬНОЙ ВНЕШНЕЙ СРЕДЫ**

**INNOVATIVE DEVELOPMENT OF ENTERPRISES AS
THE BASIS OF THEIR SUSTAINABILITY IN THE CONSTITUTION
OF UNSTABLE EXTERNAL ENVIRONMENT**

Анотація. Інновації формують підґрунтя для стійкого економічного розвитку підприємництва. В умовах динамічного та мінливого зовнішнього середовища, підприємницька діяльність здійснюється під впливом факторів ризику та невизначеності. Розуміння невизначеності та оцінка ризиків, у співставленні із можливими економічними перевагами та вигодами для бізнесу в процесі провадження інноваційної діяльності, є важливими для забезпечення їх стійкості у довгостроковій перспективі.

Метою нашого дослідження є теоретичне визначення взаємозв'язків між аналізом та оцінкою факторів невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища інноваційних підприємств і забезпечення їх стійкості за рахунок реалізації бізнес-можливостей та досягнення економічних, соціальних та інших вигод; обґрунтування методики оцінки та прогнозування ефективності здійснення інноваційної діяльності підприємств з урахуванням факторів невизначеності. Використані нами методологічні підходи мають на меті ідентифікувати та класифікувати фактори за джерелами невизначеності на основі теоретичного дослідження існуючих літературних джерел. Наукова новизна нашого дослідження полягає у формуванні концептуальної моделі прогнозування економічної ефективності інноваційної діяльності підприємств із врахуванням факторів та джерел невизначеності за допомогою методів машинного навчання та стратегічного аналізу. Модель передбачає перетворення наявних якісних даних у кількісні, а ймовірність успіху чи невдачі впровадження інновацій розраховується з урахуванням попереднього досвіду інноваційної діяльності схожих підприємств із врахуванням поточної стратегічної бізнес-позиції досліджуваного підприємства. Запропонована методологія та отримані результати будуть актуальними для підприємців-новаторів та дослідників, які зосереджуються на розвитку інноваційних технологій на стадії підготовки до їх впровадження.

Ключові слова: інновації, невизначеність, бізнес-можливості, бізнес середовище.

Аннотация. Инновации формируют основу для устойчивого экономического развития предпринимательства. В условиях динамической и меняющейся внешней среды предпринимательская деятельность осуществляется под влиянием факторов риска и неопределенности. Понимание неопределенности и оценка рисков, в сопоставлении с возможными экономическими преимуществами и выгодами для бизнеса в процессе осуществления инновационной деятельности, важны для обеспечения их устойчивости в долгосрочной перспективе.

Целью нашего исследования является теоретическое определение взаимосвязей между анализом и оценкой факторов неопределенности внешней и внутренней среды инновационных предприятий и обеспечение их устойчивости за счет реализации бизнес-возможностей и достижения экономических, социальных и других выгод; обоснование методики оценки и прогнозирования эффективности осуществления инновационной деятельности предприятий с учетом факторов неопределенности. Используемые нами методологические подходы имеют цель идентифицировать и классифицировать факторы по источникам неопределенности на основе теоретического исследования существующих литературных источников. Научная новизна нашего исследования заключается в формировании концептуальной модели прогнозирования экономической эффективности инновационной деятельности предприятий с учетом факторов и источников неопределенности методами машинного обучения и стратегического анализа. Модель предполагает преобразование имеющихся качественных данных в количественные, а вероятность успеха или неудачи внедрения инноваций рассчитывается на основе предыдущего опыта инновационной деятельности подобных предприятий с учетом текущей стратегической бизнес-позиции исследуемого предприятия. Предложенная методология и полученные результаты будут актуальны для предпринимателей-новаторов и исследователей, которые сосредотачиваются на развитии инновационных технологий на стадии подготовки к их внедрению.

Ключевые слова: инновации, неопределенность, бизнес-возможности, бизнес среда.

Summary. Innovations form the basis for sustainable development of entrepreneurship. In a dynamic and uncertain environment, business activities are carried out under the influence of risk factors. Understanding the uncertainty factors and risk assessment, compared to the possible economic benefits and opportunities for business in the innovation process, is important to ensure enterprises' sustainability in the long run perspective.

The purpose of our study is to determine the relationship between the analysis and evaluation of the uncertainties of the external and internal environment of innovative enterprises and ensure their sustainability through the implementation of business opportunities and economic, social and other benefits; development of the methodology for the effectiveness of innovative activities of enterprises assessing and forecasting, taking into account the uncertainty factors. The aim of methodological approaches used in this to identify and classify factors by sources of uncertainty based on a theoretical study of existing literature sources. Scientific novelty of our study is development of the conceptual model for economic efficiency of innovative activities forecasting, taking into account factors and sources of uncertainty using the methods of machine learning and strategic analysis. The proposed model involves the conversion of existing qualitative data into quantitative, and the probability of success or failure of innovation is calculated taking into account the previous experience of innovation of similar enterprises, taking into account the current strategic business position of the studied enterprise. The proposed methodology and the obtained results will be relevant for innovative entrepreneurs and researchers who focus on the development of innovative technologies at the early stage of its implementation.

Key words: innovations, uncertainty, business opportunities, business environment.

Постановка проблеми. Інноваційне підприємство постійно знаходиться під тиском часу на ринку і функціонує в умовах жорсткої конкуренції в умовах нестабільного зовнішнього середовища [1]. Незважаючи на безліч успішних історій, самознищення, а не конкуренція призводить до краху більшості малих технологічних стартапів протягом двох років після їх створення [2], що є наслідком відсутності адекватної оцінки невизначеностей внутрішнього та зовнішнього середовища. Навколишнє середовище створює як можливості, так і загрози для інноваційного підприємства. Невизначеність впливає майже на усі етапи підпри-

ємницької діяльності, адже часто через відсутність розуміння ситуації, неможливо чітко визначити поточний стан, альтернативи та переваги інноваційної діяльності [3]. Чухраєва М. Н. стверджує, що «забезпечення стійкості підприємства за умови його інноваційного розвитку базується на моделюванні змін його стану при реалізації інноваційних проєктів, що характеризуються підвищеним рівнем ризику, підтримкою оптимальних значень рівнів стійкості, при яких пов'язані з їх забезпеченням витрати будуть гарантувати виправданий рівень ефективності в термінах критерію вибору відповідного господарського рішення» [4, с. 93].

Виправданий рівень ефективності напряду залежить від співвідношення рівня невизначеності та можливих вигод та можливостей, які отримає підприємство від впровадження інноваційних рішень. Тому для забезпечення стійкого розвитку підприємств дуже важливим стає вивчення того, як пов'язані невизначеність зовнішнього середовища та підприємницькі вигоди, які вони отримають від впровадження інноваційних рішень. Розуміння невизначеності та оцінка ризиків і вигод є важливими для забезпечення стійкого розвитку інноваційного підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням сучасних стратегій інноваційного розвитку присвятили свої роботи такі науковці як Бузько П. І. [5], Гнилянська Л. Й. [6], Безус А. М. [7], в той час як питанням стійкості підприємств в цьому процесі присвячено праці Козловського С. В. [8], Отченашенко О. А. [9], Чухраєвої М. Н. [4] та ін. В останні роки у фокусі дослідників [10; 11] знаходиться питання визначення можливостей та отримання можливих вигод від інноваційної діяльності. Можливості — це шанси, які має підприємство для забезпечення задоволення потреб або вимог ринку за допомогою інноваційного поєднання ресурсів і можливостей для досягнення найвищої вартості. Визначення можливостей є важливим кроком на шляху до успіху інноваційного підприємництва [12]. Дімов Д. [13] стверджує, що можливості — це просто творчі ідеї, а потенційну цінність ідеї необхідно оцінити через процес оцінки можливостей. Як тільки можливості, які створює впровадження інновацій, буде визначено, їм необхідно пройти через процес оцінки, перш ніж їх можна буде уточнити та використати. Оцінка можливостей допомагає підприємцям мислити за межами поточної системи координат, щоб визначити усі майбутні вигоди, пов'язані з усвідомленою можливістю, і тим самим знизити рівень невизначеності та підвищити стійкість. Основною проблемою для стійкого інноваційного підприємництва є оцінка бізнес-можливостей на глобальному ринку інновацій, що швидко розвивається. Основним бар'єром, що обмежує досягнення вигод від бізнес-можливостей, є невизначеність зовнішнього середовища або ризик. Ми використовуємо невизначеність як метод оцінки можливостей, оскільки це фактори, які мають значний вплив на успіх і зростання фірми. Огляд наявних досліджень підтвердив відсутність чіткої класифікації факторів невизначеності, які необхідні на етапі оцінки бізнес-можливостей. Наша методологія спрямована на покращення розуміння невизна-

ченості в інноваційному підприємництві шляхом класифікації факторів невизначеності на основі їх джерел. Оцінка можливостей на основі цих факторів невизначеності є важливою у прийнятті рішень не лише для підприємців, а й для уряду та інших органів державної влади, що безпосередньо впливають на розвиток підприємництва.

Тому метою нашого дослідження є теоретичне визначення взаємозв'язків між аналізом та оцінкою факторів невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища інноваційних підприємств і забезпечення їх стійкості за рахунок реалізації бізнес-можливостей та досягнення економічних, соціальних та інших вигод; обґрунтування методики оцінки та прогнозування ефективності здійснення інноваційної діяльності підприємств з урахуванням факторів невизначеності.

Виклад основного матеріалу. Бізнес-можливості є центральним поняттям у сфері підприємництва [14]. Є чотири основні види діяльності, які повинні бути реалізовані до того, як керівник підприємства приймає рішення про впровадження інноваційних продуктів: визначення можливостей, оцінка можливостей, уточнення можливостей та використання можливостей. Незважаючи на те, що ці види діяльності можуть відбуватися у взаємодії або одночасно, оцінка можливостей інноваційного процесу має бути проведена кілька разів за час його реалізації [12]. Оцінка бізнес-можливостей є критичним елементом інноваційного підприємництва. Це довгостроковий процес, пов'язаний з дослідженням та аналізом зовнішнього середовища для розуміння ризиків, пов'язаних з інноваційною діяльністю.

Для інноваційних підприємств ринковий аналіз вважається найкращим методом оцінки привабливості конкретної галузі для підприємства та зменшення невизначеності [15]. На основі аналізу стає можливим визначення домінуючих факторів, що впливають на успіх і стійке зростання, і сприяння цих факторів підвищенню прибутковості та отриманню можливих економічних вигод. Запропонована нами методологія складається з двох етапів: (1) класифікація та аналіз невизначеності; і (2) прогноз успіху та стратегічної позиції, що формує основу стійкості підприємства.

У першій частині нашого дослідження ми зосереджуємось на невизначеності на етапі оцінки можливостей інноваційного процесу, тому що це етап прийняття рішень у підприємстві, коли підприємець, оцінивши потенційні бізнес-можливості, вирішує, впроваджувати інновації чи ні [1; 16].

У основі запропонованого методологічного підходу лежить класифікація невизначеності за Мейером І. [16], оскільки вона є більш актуальною для нових технологічних стартапів, що лежать в основі інноваційного підприємництва. Вважається, що фактори невизначеності з кожного джерела

невизначеності впливають на прийняття підприємницьких рішень (Таблиця 1).

Різні джерела невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища на етапі оцінки бізнес-можливостей інноваційного процесу зображені на Рис. 1 із відповідним обґрунтуванням у Таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація факторів невизначеності інноваційної діяльності

	Джерела невизначеності	Фактори невизначеності
Технологічна невизначеність	Технологічна невизначеність пов'язана не лише з ризиками щодо наявності технологічної інфраструктури та рішень, але також стосується того, наскільки складно адаптувати інноваційні технології до майбутніх змін у існуючих технологіях та їх впровадження [3; 16; 17]. Чим складніша технологія, тим вищою буде технологічна невизначеність. Технологічна невизначеність відноситься до питань про те, що можна очікувати від нової технології чи інновації з точки зору ціни, функціональності та якості.	Технологічні розробки Швидкість розвитку інновацій Процеси і методи Технологічна інфраструктура
Політична невизначеність	Політичне середовище має вплив на велику кількість важливих сфер бізнесу, особливо з точки зору прямих і непрямих податків, законодавства про зайнятість, захист прав споживачів, торгових обмежень або реформ, правил безпеки, філософії політичних партій, політичної влади та стабільності регіону, продажів. Невизначеність у регулюванні бізнес-середовища, оподаткуванні, суперечності між місцевими та національними регуляторними правилами, політикою профспілок, конфіденційністю особистих даних, авторськими правами, інтелектуальною власністю, розповсюдженням та електронними контрактами можуть серйозно вплинути на рішення про початок інноваційної діяльності [1; 16; 17].	Політичне середовище Державна підтримка Юридичні процедури Інфляція та валютний курс Трудове законодавство Оподаткування Економіка
Конкурентна невизначеність	Конкурентна невизначеність пов'язана з недостатньою обізнаністю про поведінку конкурентів на ринку, що швидко розвивається, що призводить до не здатності визначити потенційних конкурентів, їхні пропозиції продуктів і послуг, а також стратегії, які вони використовують для підвищення конкурентоспроможності [17; 18]. Інновації мають високий ступінь ризику в порівнянні з існуючими продуктами на ринку через обмежену доступність ресурсів і відсутність налагоджених каналів з постачальниками та споживачами.	Конкурентне середовище Тип конкуренції Основні конкуренти Частка ринку Маркетингова стратегія
Споживча невизначеність	Під споживчою невизначеністю розуміють відсутність знань про сприйняття та попиту на новій технології. Вона включає невизначеність щодо деяких макроекономічних змін, таких як збільшення кількості населення, характеристики споживачів, темпи сприйняття, потенційний розмір ринку, купівельна спроможність потенційних споживачів, зростання ринку та зростання попиту у довгостроковій перспективі. [12; 16; 17]. Для інноваційних продуктів існуватиме висока невизначеність щодо очікувань споживачів, його характеристик продукту та його відповідності потребам та вподобанням споживача, якості, ціни та відповідних каналів збуту. Для того, щоб скористатися інноваційною можливістю, підприємець повинен добре розуміти конкретні аспекти потреб користувачів [19].	Потенційна ємність ринку Сегментація ринку Побутові умови/рівень доходів Потреби споживача Купівельна спроможність Альянси
Ресурсна невизначеність	Ресурсна невизначеність спричинена складністю прогнозування ресурсів та капітальних інвестицій, необхідних для інноваційних проектів та інноваційного процесу, таких як наявність знань та навичок, наявність досвіду, внутрішні та зовнішні витрати на дослідження та розробки, офіси, машини та обладнання, впровадження технологій, передача технологій, навчання персоналу, потоки доходів та структура витрат [1; 16; 17]. Оскільки бізнес-можливості змінюються з часом, необхідно визначити ресурси, необхідні для використання цих можливостей, аналізуючи ринкове середовище. Тому, стратегічне управління ресурсами потребує постійної оцінки [20]. Якщо ресурс має здатність приносити цінність, дозволяючи фірмі використовувати бізнес-можливості або нейтралізувати загрози в навколишньому середовищі, він є цінним.	Освіта та досвід підприємця Соціальна мережа Капітал Кваліфіковані кадри Технологічні ресурси Інноваційний процес Захист інтелектуальної власності Витрати на НДДКР Операційні витрати Грошові потоки

Джерело: узагальнено автором на основі [1; 3; 12; 16–20]

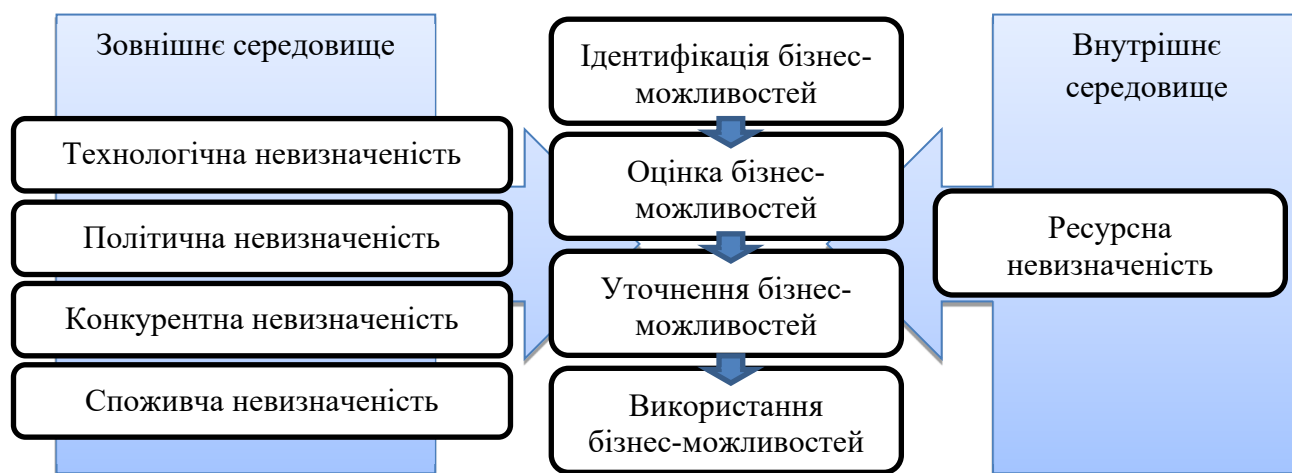


Рис. 1. Аналіз джерел невизначеності та бізнес-можливостей інноваційної діяльності

Джерело: сформовано автором

Класифікація факторів невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища є початковим механізмом аналізу бізнес-можливостей від впровадження інновацій, які мають безпосередній вплив на продажі, прибуток, інноваційну складову, стійкість та зростання бізнесу.

Наступним завданням нашого дослідження є розробка методологічних основ прогнозування успіху інноваційної діяльності для оцінки кумулятивного потенціалу бізнес-можливостей та їх резистентності до визначених джерел та факторів невизначеності.

Модель прогнозування успіху інноваційної діяльності (рис. 2), використовує фактори невизначеності для оцінки бізнес-можливостей та передбачити ймовірність успіху інновацій на основі наявного набору даних.

Для практичного прогнозування економічної ефективності інноваційної діяльності ми пропонуємо використовувати інструментарій аналітики даних і методів машинного навчання, за рахунок виявлення частоти взаємозв'язків, що поєднують фактори невизначеності вхідних даних з успіхом

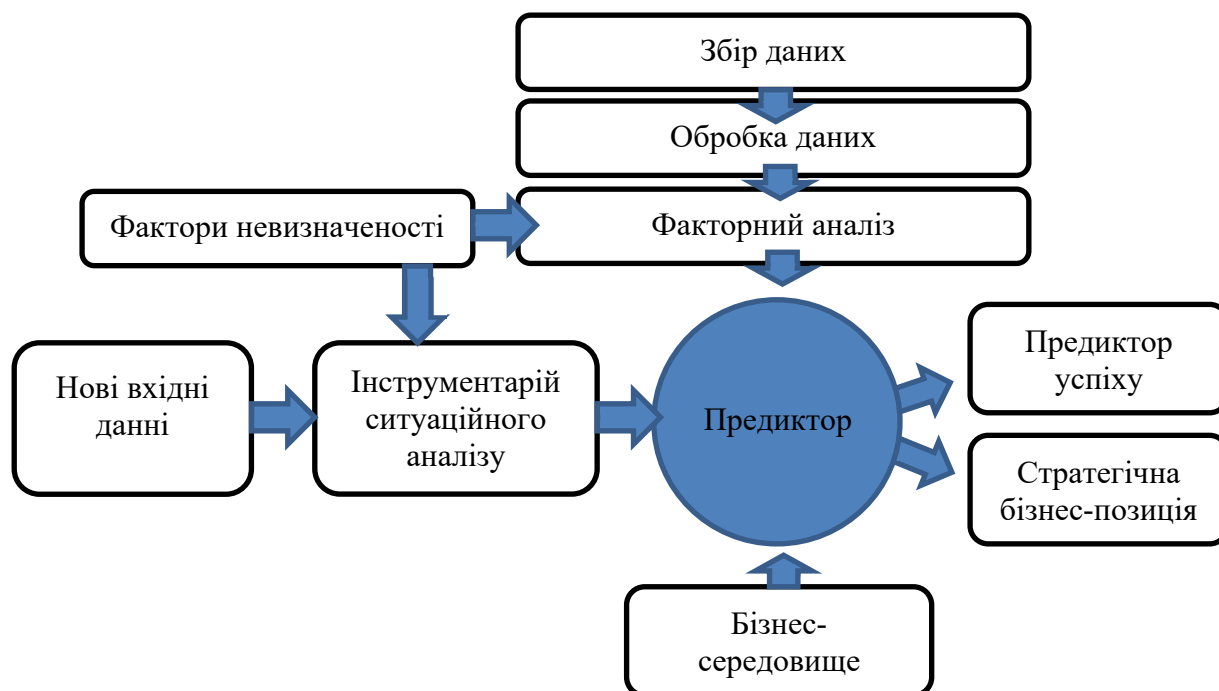


Рис. 2. Модель прогнозування економічної ефективності інноваційної діяльності

Джерело: сформовано автором

або невдачею фірми при провадженні інноваційної діяльності. Аналіз даних інших компаній може допомогти прийняти рішення на основі попереднього досвіду. Підприємці можуть вивчати, аналізувати та оцінювати успіх схожих інноваційних ідей на основі даних існуючих підприємств у певному регіоні. Модель складається з чотирьох основних розділів: аналіз даних, аналіз бізнес-позиції, бізнес-середовище та предиктор.

Аналіз даних — це процес дослідження та перевірки даних з метою отримання корисної інформації, який складається з чотирьох кроків: збір та обробка даних, їх зіставлення з факторами невизначеності, визначеними в літературі, перетворення даних у кількісні показники перед тим, як подавати їх у предиктор.

Бізнес-середовище формується за рахунок певного набору правил для обчислення динамізму факторів невизначеності при розрахунку економічної ефективності інвестиційної діяльності; наприклад, якщо значення для всіх факторів невизначеності недоступні, то правило можна налаштувати на використання лише коефіцієнтів невизначеності або використання всіх факторів, використовуючи вагові показники за замовчуванням під час розрахунку стратегічної бізнес-позиції. Серцем цієї моделі є предиктор, де відбуваються усі математичні обчислення. Предиктор дає два результати — прогноз успіху та стратегічну бізнес-позицію.

Система прогнозування успіху інноваційного підприємництва формується за рахунок вхідних даних, отриманих на основі класифікованих факторів невизначеностей. Підхід тут полягає у застосуванні алгоритму машинного навчання для формування моделі, а прогноз успіху чи невдачі залежить від вхідних значень. На початку відфільтрований набір даних подається в предиктор для формування моделі з певним набором даних. Для вибору найкращого алгоритму машинного навчання, доцільно розглянути використання трьох основних широко використовуваних алгоритмів класифікації в області машинного навчання для імовірнісної індукції, а саме метод Наївний Байєс, k-NN (k-найближчих сусідів) і SVM (метод опорного вектора). За даними Томі та ін. метод Наївний Байєс поміж інших методів має найвищу точність у інноваційній діяльності [21]. Наївний алгоритм класифікації Байєса — це алгоритм класифікації, заснований на теоремі Байєса з умовними припущеннями незалежності [22].

Після того як предиктор побудовано за допомогою навчальних даних, щоразу, коли надходять

нові дані, якісні дані перетворюються на кількісні, а ймовірність успіху чи невдачі розраховується як результат. Він обчислює максимальну ймовірність успіху або невдачі на основі розподілу навчальних даних і відповідно прогнозує результат.

Для визначення стратегічної бізнес-позиції інноваційного підприємства за допомогою факторів невизначеності, пропонуємо використовувати матричні методи оцінки (оцінка факторів зовнішнього середовища (ОФЗС) та оцінка факторів внутрішнього середовища (ОФВС), які широко використовуються в літературі для оцінки ефективності та конкурентоздатності підприємств [23]. Матриця ОФЗС тоді матиме вигляд стратегічного інструменту для аналізу зовнішнього середовища, тоді як матриця ОФВС досліджує внутрішнє середовище [24]. Незважаючи на те, що ці інструменти не досить широко використовуються у сфері сталого підприємництва, вони є важливими інструментами для оцінки потенціалу бізнес-можливостей, за рахунок визначення пріоритетів та ранжирування ключових зовнішніх і внутрішніх факторів.

Фактори матриці ОФЗС складаються з факторів, отриманих з технологічної, політичної, конкурентної та споживчої невизначеності, тоді як ключові фактори, отримані з невизначеності ресурсів, утворюють матрицю ОФВС. Фактори мають вагові коефіцієнти w_i залежно від їхнього значення для визначення успіху.

Незважаючи на те, що не існує «найкращого» методу зважування факторів стійкого підприємництва, дослідники використовують широкий спектр методів для їх визначення. Зазвичай вагові коефіцієнти факторів розраховуються з використанням відповідного набору даних і визначаються за рівнем важливості, який вони становлять для визначення успіху інновацій. Для обчислення вагових коефіцієнтів, спочатку на основі частоти факторів розраховується оцінка відповідності кожного фактору, як показано у рівнянні (1).

Оцінка релевантності фактора для фактора i є:

$$S_i = \frac{n_s}{N} \quad (1)$$

де n_s — кількість позитивних результатів, які визначають успіх інноваційної діяльності, а N — загальна кількість результатів із фактором i .

Вагові коефіцієнти розраховуються за допомогою методів оцінки матриць ОФЗС та ОФВС. Сума усіх вагових коефіцієнтів факторів ОФЗС та ОФВС матрицях повинна дорівнювати 1 [25]. Таким чином, зовнішнім і внутрішнім факторам надаються вагові коефіцієнти на основі їх відносної важли-

вості відповідно до інших факторів з використанням оцінки релевантності фактору S_i , як показано у рівнянні (2).

$$\omega_i = \frac{S_i}{\sum_{i=1}^n S_i}. \quad (2)$$

Вагові коефіцієнти ω_i можуть значно відрізнятися, але мають знаходитися у діапазоні від 0 до 1 залежно від відносної важливості. Нуль означає, що фактор не важливий, а 1 — що фактор є найбільш впливовим або критичним. Значення кожного фактора з інтерфейсу аналізу ситуації перемножують на його вагу, щоб знайти зважену оцінку для факторів, як визначено у рівнянні (3).

$$W_e = \omega_i * r_i \quad (3)$$

де ω_i — вага фактора i , а r_i — оцінка, надана експертом для цього фактора через інтерфейс аналізу ситуації.

Назавершення, для того, щоб визначити стратегічну бізнес-позицію, загальні зважені оцінки з матриць ОФЗС та ОФВС необхідно нанести на графік матриці бізнес середовища, у якій значення матриці ОФЗС відображатиметься на вертикальній осі, а значення матриці ОФВС відображатиметься на горизонтальній осі, точка перетину яких визначає потенціал реалізації бізнес-можливостей за поточних умов впливу факторів невизначеності внутрішнього та зовнішнього середовища. Відповідно до матричних методів оцінювання, загальний бал 2,5 є середнім балом на основі оцінки 1–4. Якщо ОФЗС загальна зважена оцінка є нижчою за 2,5, то бізнес-позиція вважається слабкою, вище 2,5 — вважається сильною [23].

Якщо значення осі y та x , нанесених на систему координат, знаходяться в межах від 1 до 2,5, це свідчить про зовнішню загрозу та внутрішню слабкість підприємства відповідно, тоді як значення від 2,5 до 4 вказують на значний потенціал зміцнення бізнес-можливостей і внутрішню

сталість підприємства. Низький загальний бал свідчить про низький потенціал до реалізації бізнес-можливостей або про те, що шанси на успіх інноваційної діяльності не значні [23].

Висновки та перспективи подальших досліджень. Здійснення інноваційної діяльності, яка є рушійною силою сталого розвитку бізнесу, та прийняття рішень завжди відбувається в умовах невизначеності зовнішнього та внутрішнього середовища. Невизначеність та ризики є основною перешкодою для ініціювання інноваційних процесів, адже не завжди є можливість їх адекватно оцінити та співставити із можливими перевагами. Для вирішення цієї проблеми, нами проведено теоретичне дослідження наявних літературних джерел у даній сфері та здійснено узагальнення і класифікацію факторів невизначеності, які можуть вплинути на економічну ефективність інноваційної діяльності підприємства.

Інноваційне підприємництво передбачає прийняття рішень в умовах відсутності повної інформації, тому важливою є розробка методології прогнозування економічної ефективності та успіху інноваційної діяльності із врахуванням невизначеності у внутрішньому та зовнішньому середовищі для забезпечення стійкості отриманих результатів діяльності. Розроблена методологія допоможе особам, що приймають рішення стосовно впровадження інновацій, оцінити навколишнє середовище та наявні ресурси, перед їх впровадженням, що, як очікується, дозволить прийняти більш економічно виправдане рішення та забезпечить стійкість підприємства. Це теоретичне дослідження є першим кроком на шляху до визначення більш практичних рекомендацій щодо використання методів і прийомів аналізу даних для прогнозування ймовірності успіху інноваційної діяльності з використанням факторів невизначеності нестабільного зовнішнього середовища.

Література

1. Gentry R. J., Dalziel T., Jamison M. A. Who do start-up firms imitate? A study of new market entries in the CLEC industry. *J. Small Bus. Manag.* 2013. № 51. P. 525–538. [CrossRef]
2. Crowne M. Why Software Product Startups Fail and What to do About It. Evolution of Software Product Development in Startup Companies. In *Proceedings of the 2002 IEEE International Engineering Management Conference (IEMC '02)*. (Cambridge, UK, 18–20 August 2002). P. 338–343.
3. Dollinger M. J. *Strategies and Resources*; Pearson's Educational: Singapore, 2005.
4. Чухраєва М. Н. Інноваційний розвиток підприємства та забезпечення його ефективності та стійкості. *Бізнесінформ*. 2014. № 6. С. 92–97.
5. Бузько І. Р., Вартанова О. В., Голубченко Г. О. Стратегічне управління інноваціями та інноваційна діяльність підприємства: монографія. Луганськ: Вид-во ШУ ім. В. Даля, 2002. 176 с.

6. Гнилянська Л. Й. Сучасні проблеми впровадження інновацій та шляхи їх подолання. Науковий вісник НЛТУ України. 2011. С. 32–39.
7. Безус А. М., Шафранова К. В. Розвиток підприємств малого бізнесу в Україні. Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Економічні науки. 2016. № 3 (99). С. 7–17.
8. Козловський С. В., Семененко В. В., Шевчук Р. Ю. Теоретико-методологічні підходи визначення стійкості економічних систем. Збірника наукових праць ВНАУ. 2012. № 4 (70), том 2. С. 106–110.
9. Отченашенко О. А. Методичні підходи до оцінювання економічної стійкості підприємства. Вісник ЖДТУ. 2011. № 4 (58). С. 89–92.
10. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: «Економічна думка», 2003. 326 с.
11. Безус А. М., Чуйок М. Г. Стратегія підвищення інноваційної діяльності підприємства. Ефективна економіка. 2018. № 1. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6052> (дата звернення: 19.05.2022)
12. Ardichvili A., Cardozo R., Ray S. A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. J. Bus. Ventur. 2003. № 18. P. 105–123. [CrossRef]
13. Dimov D. Beyond the single-person, single-insight attribution in understanding entrepreneurial opportunities. Entrep. Theory Pract. 2007. № 31. P. 713–731.
14. Keh H. T., Foo M. D., Lim B. C. Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. Entrep. Theory Pract. 2002. № 27. P. 125–148.
15. Kraus S., Kauranen I. Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes. Int. J. Bus. Sci. Appl. Manag. 2009. № 4. P. 37–50.
16. Meijer I. Uncertainty and Entrepreneurial Action. The Role of Uncertainty in the Development of Emerging Energy Technologies; Utrecht University: Utrecht, The Netherlands. 2008. 220p.
17. Mehler-Bicher A. Evaluating E-business Investments by Defining Profiles. In Proceedings of the 9th European Conference on IT Evaluation. (Paris, France, 13–17 October 2002). P. 317–324.
18. Shi Y., Xu D., Green P. Software Startup Growth: The Role of Dynamic Capabilities, IT, Innovation and Customer Involvement. In Proceedings of the 19th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS2015). (Singapore, 5–9 July 2015). 240 p.
19. Giarratana M. S. The birth of a new industry: Entry by start-ups and the drivers of firm growth: The case of encryption software. Res. Policy. 2004. № 33. P. 787–806. [CrossRef]
20. Ireland R. D., Hitt M. A., Sirmon D. G. A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. J. Manag. 2003. № 29. P. 963–989.
21. Tomy S., Pardede E. Uncertainty Analysis and Success Prediction for Start-Ups. In Proceedings of the 5th International Conference on Innovation and Entrepreneurship (ICIE 2017). (Kuala Lumpur, Malaysia, 26–27 April 2017). 161 p.
22. Xhemali D., Hinde C. J., Stone R. G. Naive Bayes vs. Decision Trees vs. Neural Networks in the Classification of Training Web Pages; Loughborough University: Leicestershire. UK. 2009.
23. Ommani A. R. Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system business-management: Case of wheat farmers of Shadervan District, Shoushtar Township. Iran. Afr. J. Bus. Manag. 2011. № 5. P. 9448–9454.
24. Capps C. J., III; Glissmeyer, M. D. Extending the competitive profile matrix using internal factor evaluation and external factor evaluation matrix concepts. J. Appl. Bus. Res. 2012. № 28. P. 1059–1062. [CrossRef]
25. Nourbakhsh S. Z., Shahba S., Mozafari M. Using SWOT analysis and QSPM matrix for developing and evaluating strategies of ecotourism. Casp. J. Appl. Sci. Res. 2013. № 2. P. 116–125.

References

1. Gentry R. J., Dalziel T., Jamison M. A. (2013) «Who do start-up firms imitate? A study of new market entries in the CLEC industry», J. Small Bus. Manag. vol. 51, pp. 525–538. [CrossRef]
2. Crowne M. (2002), «Why Software Product Startups Fail and What to do About It. Evolution of Software Product Development in Startup Companies» IEEE International Engineering Management Conference (IEMC '02). Cambridge, UK, 18–20 August 2002, pp. 338–343.
3. Dollinger M. J. (2005), «Strategies and Resources; Pearson's Educational: Singapore».
4. Chukhraeva M. N. (2014), «Innovative development of the enterprise and ensuring its efficiency and sustainability», Businessinform, vol. 6, pp. 92–97.

5. Buzko I. R. (2002), *Stratehichne upravlinnia innovatsiiamy ta innovatsij na diial'nist' pidpriemstva: monohrafi-ia* [Strategic management of innovations and innovative activity of the enterprise: monograph], Lugansk: Publishing house of SNU named after V. Dalya, Ukraine, 176 p.
6. Gnylyanska L. Y. (2011), «Modern problems of innovation implementation and ways to overcome them», *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine*, pp. 32–39.
7. Bezus A. M. (2016), «Development of small business enterprises in Ukraine», *Bulletin of Kyiv National University of Technology and Design. Economic sciences*, vol. 3 (99), pp. 7–17.
8. Kozlovsky S. V. (2012), «Theoretical and methodological approaches to determining the stability of economic», *Collection of scientific works of VNAU*, vol. 4 (70), pp. 106–110.
9. Otchenashenko O. A. (2011), «Methodical approaches to assessing the economic stability of the enterprise». *Bulletin of ZhSTU*, vol. 4 (58), pp. 89–92.
10. Khariv P. S. (2003), *Innovatsijna diial'nist' pidpriemstva ta ekonomichna otsinka innovatsijnykh protsesiv* [Innovative activity of the enterprise and economic estimation of innovative processes], *Economic Thought*, Ternopil.
11. Bezus A. M. (2018), «Strategy of increasing the innovative activity of the enterprise» *Effective economy*, [Online], vol. 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6052> (Accessed 19 May 2022).
12. Ardichvili A., Cardozo R., Ray S. (2003), «A theory of entrepreneurial opportunity identification and development», *J. Bus. Ventur.*, vol. 18, pp. 105–123. [CrossRef]
13. Dimov D. (2007), «Beyond the single-person, single-insight attribution in understanding entrepreneurial opportunities», *Entrep. Theory Pract.*, vol. 31, pp. 713–731.
14. Keh H. T., Foo M. D., Lim B. C. (2002), «Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs», *Entrep. Theory Pract.*, vol. 27, pp. 125–148.
15. Kraus S., Kauranen I. (2009), «Strategic management and entrepreneurship: Friends or foes», *Int. J. Bus. Sci. Appl. Manag.*, vol. 4, pp. 37–50.
16. Meijer I. (2008), «Uncertainty and Entrepreneurial Action. The Role of Uncertainty in the Development of Emerging Energy Technologies», *Utrecht University: Utrecht, The Netherlands*, 2008; 220p.
17. Mehler-Bicher A. (2002), «Evaluating E-business Investments by Defining Profiles», In *Proceedings of the 9th European Conference on IT Evaluation*, Paris, France, pp. 317–324.
18. Shi Y., Xu D., Green P. (2015), «Software Startup Growth: The Role of Dynamic Capabilities, IT, Innovation and Customer Involvement», In *Proceedings of the 19th Pacific Asia Conference on Information Systems (PACIS 2015)*, Singapore, pp. 240.
19. Giarratana M. S. (2004), «The birth of a new industry: Entry by start-ups and the drivers of firm growth: The case of encryption software», *Res. Policy*, vol. 33, pp. 787–806. [CrossRef]
20. Ireland R. D., Hitt M. A., Sirmon D. G. (2003), «A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions», *J. Manag.*, vol. 29, pp. 963–989.
21. Tomy S., Pardede E. (2017), «Uncertainty Analysis and Success Prediction for Start-Ups», In *Proceedings of the 5th International Conference on Innovation and Entrepreneurship (ICIE 2017)*, Kuala Lumpur, Malaysia, pp. 161.
22. Xhemali D., Hinde C. J., Stone R. G. (2009), «Naive Bayes vs. Decision Trees vs. Neural Networks in the Classification of Training Web Pages», *Loughborough University: Leicestershire, UK*.
23. Ommani A. R. (2011), «Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat farmers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran. Afr», *J. Bus. Manag.*, vol. 5, pp. 9448–9454.
24. Capps C. J., III; Glissmeyer M. D. (2012), «Extending the competitive profile matrix using internal factor evaluation and external factor evaluation matrix concepts», *J. Appl. Bus. Res.*, vol. 28, pp. 1059–1062. [CrossRef]
25. Nourbakhsh S. Z., Shahba S., Mozafari M. (2013), «Using SWOT analysis and QSPM matrix for developing and evaluating strategies of ecotourism», *Casp. J. Appl. Sci. Res.*, vol. 2, pp. 116–125.

Онешко Світлана Володимирівна
*кандидат економічних наук, доцент,
професор кафедри економіки і фінансів
Одеський національний морський університет*

Oneshko Svitlana
*PhD of Economic Sciences, Associate Professor,
Professor of Economics and Finance
Odesa National Maritime University
ORCID: 0000-0003-2313-3984*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8080

**МОДЕЛЮВАННЯ СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ
ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВИХ СИСТЕМ НА ОСНОВІ
ЛОГІСТИКО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ**

**MODELING OF SUSTAINABLE FUNCTIONING
OF PRODUCTION AND SALES SYSTEMS ON THE BASIS
OF LOGISTICS-ORIENTED APPROACH**

Анотація. За допомогою використання логістико-орієнтованого проектування промислове підприємство розглядається як цілісна типова виробничо-збутова система, для якої можливо створення бази статистичних даних, що дозволило аналізувати перетворення потоків у аналогічних системах, а проєктувальник зможе робити висновки про емпіричні закони цього перетворення й дослідним шляхом отримувати формалізований оператор. Промислове підприємство розглянуто як виробничо-збутову систему, яка має у своєму складі три принципові функціональні підсистеми – матеріально-технічного забезпечення, виробництва й збуту. Логістико-орієнтоване проектування такої системи розуміє під собою оптимальну організацію та ефективне управління рухом матеріальних потоків, що допомагає вирішувати завдання системного аналізу й синтезу у межах цього підходу з урахуванням вимог комплексного підходу до організації руху потоків, а також його розгляд від джерел їх виникнення до кінцевих пунктів споживання. Сформовано методологічне підґрунтя для забезпечення високої загальносистемної ефективності формування технічних систем. Кінцевою ціллю логістико-орієнтованого проектування є отримання у повній мірі формалізованого уявлення виробничо-збутової системи у складі логіки потоків і операторів їх перетворень, що дозволило відстежувати вплив змін будь-якого фактору на загальносистемну ефективність господарської діяльності. В узагальненому вигляді виробничо-збутова система представлена таким чином: забезпечення необхідної доходності діяльності системи, забезпечення організаційно-економічної стійкості системи, оптимізацію рівня сервісу споживачів системи. Логістико-орієнтоване проектування має ключові етапи. Дослідження розпочинається з формування найпростішої моделі, надалі здійснюється проектування системи на основі аналізу руху та перетворення в системі потоків. На базі цього будується формалізована модель системи та формується система обмежень для значень параметрів потоків та операторів. На їх основі за допомогою моделювання сценаріїв розвитку ситуації у зовнішньому середовищі оцінюються вплив зміни окремих параметрів на підсумкові результати функціонування системи загалом. Останній етап реалізує функцію зворотного зв'язку для оцінки доцільності побудови системи з урахуванням розробленого проєкту.

Ключові слова: система, логістика, виробництво, збут, потік, ефективність, управління, структура, модель, проектування.

Summary. With the use of logistics-oriented design, the industrial enterprise is considered as an integral typical production and sales system, for which it is possible to create a statistical database, which allows to analyze the transformation of flows in similar systems, and the designer can draw conclusions about the empirical laws of this transformation get a formalized operator. The industrial enterprise is considered as a production and marketing system, which consists of three basic functional sub-systems – logistics, production and sales. Logistic-oriented design of such a system implies optimal organization and effective

management of material flows, which helps to solve problems of systems analysis and synthesis within this approach, taking into account the requirements of an integrated approach to the organization of flows, as well as its consideration from source to final points of consumption. The methodological basis for ensuring high system-wide efficiency of formation of technical systems is formed. The ultimate goal of logistics-oriented design is to obtain a fully formalized view of the production and marketing system as part of the logic of flows and operators of their transformations, which tracked the impact of changes in any factor on system-wide economic efficiency. In generalized form, the production and marketing system is presented as follows: ensuring the necessary profitability of the system, ensuring organizational and economic stability of the system, optimizing the level of service to consumers of the system. Logistics-oriented design has key stages. The research begins with the formation of the simplest model, then the system is designed based on the analysis of motion and transformation in the system of flows. Based on this, a formalized model of the system is built and a system of constraints for the values of flow parameters and operators is formed. Based on them, the impact of changes in individual parameters on the final results of the system as a whole is estimated by modeling scenarios of the situation in the external environment. The last stage implements the feedback function to assess the feasibility of building a system based on the developed project.

Key words: policy, system, logistics, production, sales, flow, efficiency, management, structure, model, projection.

Постановка проблеми. Національна економічна стратегія, пропонуючи розвиток вітчизняної промисловості на основі концепції «Індустрія 4.0» (напрямок 10), констатує, що відбувається розрив виробничих ланцюгів та втрата частини ринків збуту, що призводить до падіння обсягів виробництва [1]. Вона ставить одним із завдань підвищення ефективності промислових підприємств на основі: «стимулювання підприємств до заходів системного підвищення ефективності роботи; сприяння створенню максимально повного циклу виробництва; перегляд існуючих дозвільних процедур у сфері промисловості» [1]. Така постановка завдання змушує до пошуку нових, більш ефективних заходів управління промисловим виробництвом та його логістичним забезпеченням. Логістико-орієнтоване проектування передбачає побудову виробничо-збутових систем (ВЗС) на основі розв'язання задачі оптимальної організації руху та перетворення у цих системах потоків різної природи. Система тут розуміється як сукупність об'єктів, що звертає набір вхідних потоків у набір потоків, що виходять за допомогою цілеспрямованої зміни їх властивостей, структури та характеру руху.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Під час проведення цього дослідження авторкою була звернена увага на праці таких фахівців: Д. Бауерсокс, Д. Клос, М. Купер, Дж. Бауерсокс [2], В. Бондаренко [3], А. Буяк [4], М. Веселевський і Р. Патора [5], Ю. Гу та С. Донг [6], В. Захарченко [7], Є. Крикавський [8], Л. Кустріч [9], М. Оксандр і Н. Меджибовська [10], Ю. Пономарьова [11], О. Сумець [12; 13], І. Федькович [14].

Так, у роботах [2; 6] робиться наголос на тому, що в умовах коливань ринкового середовища будь-якої компанії необхідно, щоб господарська стратегія не відставала від змін на ринку і тому по-

трібна методологія систематичного планування й проектування логістичної системи, яка дозволяє враховувати обставини, що виникають, і оцінювати альтернативи майбутнього розвитку подій. Зі свого боку А. Буяк сучасну логістику уявляє собі як складову інноваційного процесу [4]. В. Захарченко радить логістичним менеджерам «... створення і налагоджування таких систем управління потоками матеріальних ресурсів, які завершують стійкий стан виробництва і запасів готової продукції, які б слугували опорою для ділової безпеко-рієнтованої стратегії суб'єкта господарювання та належному обслуговуванні споживачів [7, с. 145]. Л. Кустріч стверджує, що «Актуальність та ефективність інноваційного логістичного підходу відображається в підвищенні ролі єдиної організуючої основи по відношенню до всіх видів господарської діяльності» [9, с. 12]. М. Оксандр і Н. Меджибовська підкреслюють: «Структурне реформування МТЗ повинно вписуватися у загальносистемну структуру служби логістики як інтегральний орган управління матеріальним потоком підприємства» [10, с. 26]. І. Федькович зосереджує увагу: «Серед принципів логістичного управління можна виокремити такі: системність і комплексність, які полягають в управлінні всіма поточковими процесами у взаємодії та узгодженості окремих етапів бізнес-процесів з метою оптимізації всієї логістичної системи» [14, с. 111]. В. Бондаренко наголошує, що «... уміле використання поєднання маркетингу і логістики дозволить приймати швидкі та раціональні рішення щодо забезпечення ефективної взаємодії між внутрішнім та зовнішнім середовищами підприємства» [3, с. 44]. Є. Крикавський визначає: «Ефективність можна вимірювати в певний момент часу стосовно великої кількості тих аспектів, через які ця діяльність проявляється: час переміщення

усіх видів запасів; мінімізація їхнього рівня; забезпечення найнижчого, але акцептованого рівня логістичних витрат» [8, с. 22]. О. Сумець робить наголос на тому, що економічну ефективність логістичної діяльності слід оцінювати певною сукупністю фінансових показників [12, с. 19; 13, с. 41]. Ю. Пономарьова підкреслює, що у логістичному підході головну роль відіграє не продукт, а процес у формі потоку [11, с. 9]. М. Веселевський і Р. Патора, аналізуючи інформаційне та кадрове забезпечення логістичних систем, підкреслюють: «Істотним чинником реалізації заходів, спрямованих на збільшення економічної ефективності виробництва й збуту, можна вважати логістику» [5, с. 27].

Формування цілей статті. Метою цього дослідження є: використовуючи інструмент логістико-орієнтованого проєктування і розглядаючи промислове підприємство як виробничо-збутову систему, яка має принципіально три функціональні підсистеми та три рівні управління, запропонувати формалізовану модель системи, що формується системою обмежень для значень параметрів потоків і операторів, на основі яких за допомогою моделювання сценаріїв розвитку ситуацій у зовнішньому середовищі оцінюється вплив окремих параметрів на підсумкові результати функціонування системи в цілому.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наявність та необхідність досягнення загальносистемних цілей при здійсненні логістико-орієнтованого проєктування обумовлюють дедуктивний принцип, закладений в його основі, який означає рух від загального до часткового, тобто від загальних цілей та критеріїв — до локальних. З цього випливає, що розробник повинен бути готовий знехтувати інтересами будь-якої окремої функціональної підсистеми або процесу задоволення більш загальних системних інтересів.

Таким чином, найпростіша модель системи на першій стадії наближення може бути побудована за

принципом «чорного ящика», коли система сприймається як певна неподільна сутність, внутрішня організація якої прихована від дослідника. Таке уявлення системи продемонстровано на рис. 1.

На цій схемі набір вхідних потоків $[П_{вх}^i]$, де $i = 1 \dots N$, за деяким законом перетворення $Y = F(X)$ перетворюється на набір вихідних потоків $[П_{вих}^j]$, де $j = 1 \dots M$. Відповідно загальна формула перетворення потоків у системі може бути представлена таким чином:

$$FП_{вх} \rightarrow П_{вих} \quad (1)$$

У формулі (1) оператор F звертає набір вхідних потоків $П_{вх}$ на набір $П_{вих}$. Набори потоків можуть бути представлені у матричній формі при присвоєнні кожному потоку ряду формалізованих атрибутів.

Даний прийом моделювання особливо ефективний у разі проєктування типових систем, для яких можливе створення бази статистичних даних: аналізуючи перетворення потоків у аналогічних системах, проєктувальник може робити висновки про емпіричні закони цього перетворення і, зрештою, досвідченим шляхом отримати оператор F .

Що стосується економічних систем основу вихідних даних проєктування найчастіше становлять вимоги до потоків на виході системи, тобто потоків, які нею фактично виробляються. Це пов'язано з об'єктивними законами ринкової економіки, які фіксують первинність потреб і відповідно попиту щодо виробництва й відповідно до пропозиції тих чи інших товарів та послуг. Зрештою, саме попитом визначаються склад, потужність та інші характеристики вихідних потоків. Таким чином, вимоги, що накладаються на потоки, що виходять, визначають вимоги до потоків на вході системи.

З погляду сучасної логістичної науки будь-яке підприємство сфери матеріального виробництва може бути розглянуто як деяка виробничо-збутова система, що має три важливі функціональні під-

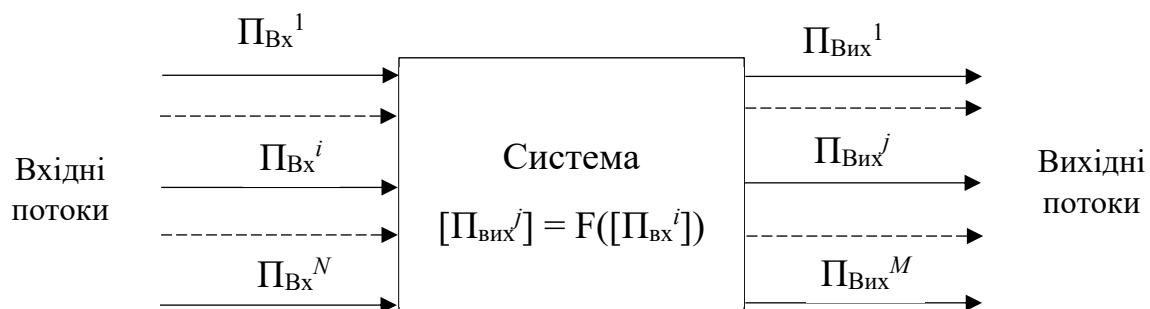


Рис. 1. Перетворення потоків у виробничо-збутовій системі підприємства

Джерело: уявлення автора

системи: постачання (матеріально-технічне забезпечення), виробництво та збут.

Логістико-орієнтоване проектування ВЗС передбачає оптимальну організацію та ефективне управління рухом матеріальних потоків. Це означає, що будь-які завдання системного аналізу та синтезу в рамках логістико-орієнтованого проектування повинні вирішуватися з урахуванням вимог комплексного підходу до організації руху потоків, що передбачає його розгляд від джерел їх безпосереднього виникнення до кінцевих пунктів споживання. Отже, під час проектування системи необхідно насамперед здійснити формування методологічного фундаменту задля забезпечення у результаті високої загальносистемної ефективності її функціонування.

Розглянемо рух потоків у ВЗС. У загальному випадку на вході до системи ми маємо потоки закупівель сфери матеріально-технічного забезпечення, тобто сировину, матеріали, комплектуючі, засоби виробництва та супутні їм фінансові та інформаційні потоки, а на виході — потоки сфери збуту й у першу чергу потік постачання готової продукції. Природа потоків визначається як предметною областю господарської сфери діяльності ВЗС, так і ступенем її функціональної диверсифікованості. Структурні та динамічні характери-

сти потоків у свою чергу безпосередньо залежать від їхньої природи.

Укрупнена структура потоків ВЗС зображено на рис. 2, де потоки закупівель (Π^3) за допомогою руху транспортної мережі потрапляють у підсистему матеріально-технічного забезпечення (МТЗ) ВЗС. У підсистемі МТЗ характер руху вхідних потоків змінюється, і вони перетворюються на потоки забезпечення виробництва (Π^{3B}), вертикальні лінії на стрілці потоків відображають наявність накопичувальної фази в їхньому русі.

Потоки забезпечення виробництва потрапляють у підсистему виробництва, уможливлючи появу потоків виробництва (Π^B). Тут вертикальні лінії несуть аналогічне смислове навантаження з тією відмінністю, що у підсистемі виробництва накопичення у загальному випадку відбувається неодноразово з проходження потоками окремих стадій виробництва та реалізується у вигляді міжцехових заділів.

Потоки з підсистеми виробництва надходять у підсистему збуту, де також відбувається накопичення, утворюючи потоки забезпечення збуту (Π^{3B}), і після певної підготовки вони перетворюються на потоки збуту (Π^B) які, знову ж таки за допомогою руху транспортної мережі, потрапляють до їх проміжного або кінцевого споживачеві.

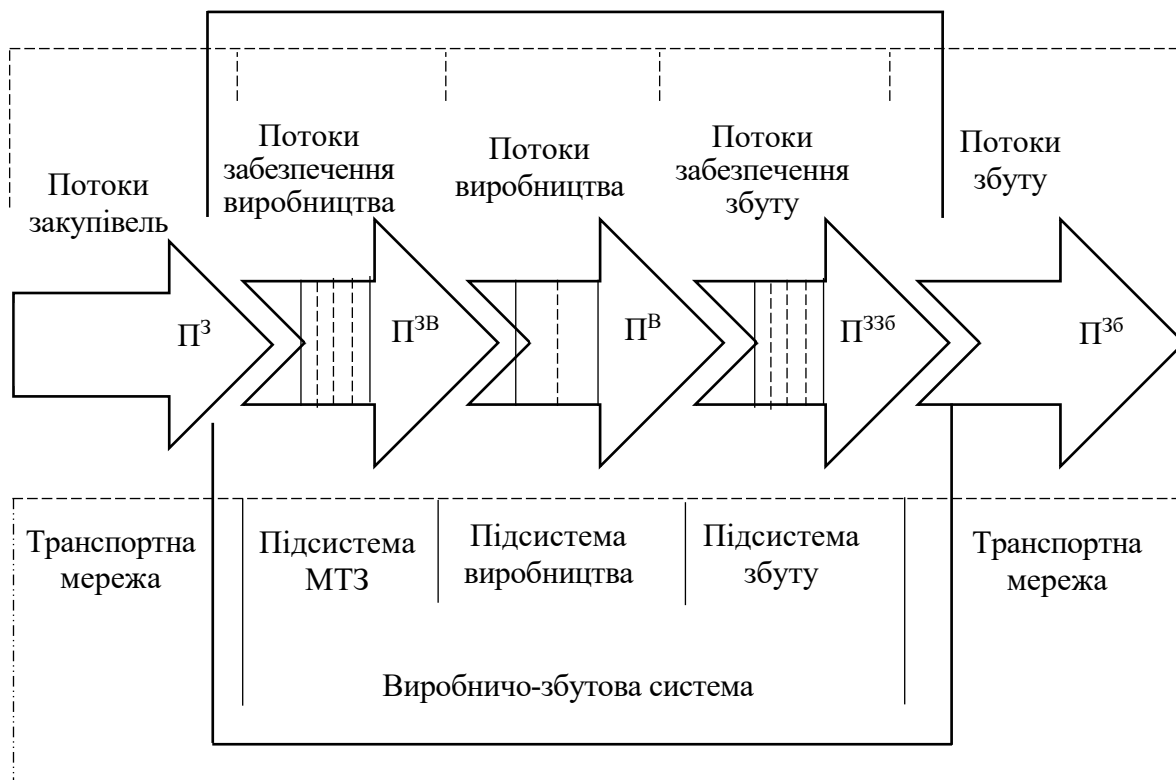


Рис. 2. Узагальнена структура потоків у виробничо-збутовій системі промислового підприємства

Джерело: уявлення автора

Як було зазначено, моделювання функціонування системи з технології «чорний ящик» дозволяє сформувати емпіричну базу контролю результатів, одержуваних на наступних етапах проектування. У ході його подальшого здійснення ці етапи дадуть можливість дедалі глибше проникати в предметну область та побудувати внутрішню інфраструктуру системи.

Розглянемо процес утворення та руху потоків на конкретному прикладі. Апробація запропонованого у дослідженні підходу відбувалася на ПАТ «Одескабель», яке отримує сировину з Японії, а більшість виробленої продукції відвантажується на експорт. Припустимо, що деяка довільна ВЗС закуповує у постачальників сировину, матеріали, напівфабрикати та комплектуючі для певного типу промислових виробів, які згодом збуваються споживачеві у необхідній кількості. Процес виробництва забезпечується завдяки придбанням та підтримці у справному функціональному стані де-

яких засобів виробництва. Брак та зношені засоби продукції утилізуються.

Найпростіша модель даної ВЗС та принципова схема руху потоків у ній проілюстровані на рис. 3. Слід врахувати, що цей приклад є абстрактним і не розглядає багато допоміжних процесів і потоків, що в них утворюються.

Умовними позначеннями на рис. 3 виступають:

Π_1^3 — потік закупівель основних засобів виробництва (верстати, агрегати, технологічні пристрої та пристрої тощо);

Π_2^3 — потік закупівель комплектуючих основних засобів виробництва (інструмент, деталі та вузли машин тощо);

$P_3^3 - P_6^3$ — потоки закупівель ресурсів: сировини та матеріалів, напівфабрикатів та комплектуючих виробів відповідно;

$\Pi_1^{3B} - \Pi_2^{3B}$ — потоки забезпечення виробництва засобами виробництва та їх комплектуючими відповідно; дані потоки також, як і потоки ре-

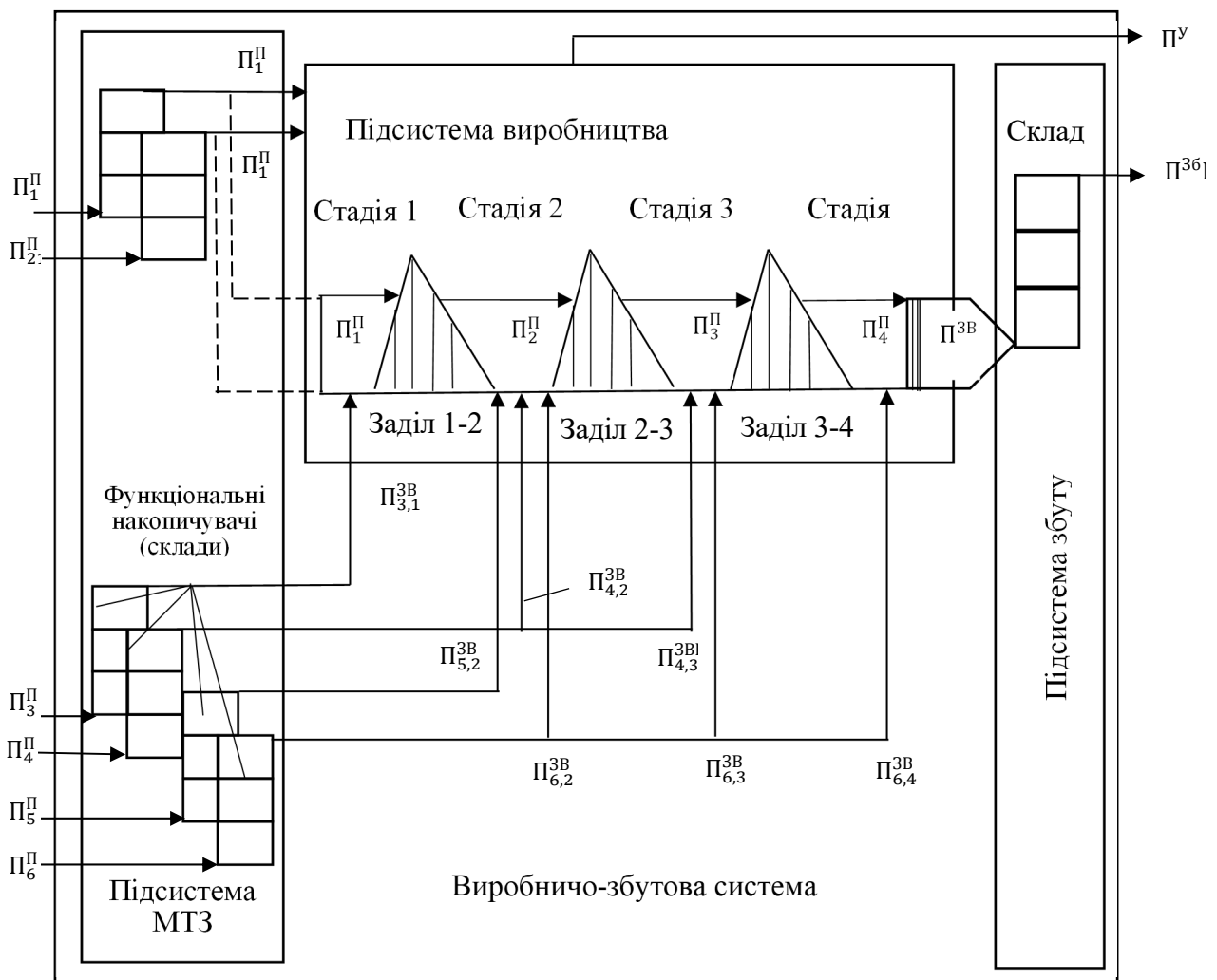


Рис. 3. Умовна структурна модель руху потоків у виробничо-збутовій системі промислового підприємства

Джерело: уявлення автора

сурсів, розподіляються між окремими виробничими стадіями, але для наочності на цій схемі вони відносяться до всієї виробничої підсистеми загалом; прийmemo умовно, що вони є вхідними першої виробничої стадії, чому відповідають стрілки з пунктирними лініями (фізичний сенс у цьому, що виробництво не починається, якщо хоча б одна з стадій не укомплектована засобами виробництва);

$\Pi_{3,1}^{3B} - \Pi_{6,4}^{3B}$ — потоки забезпечення стадій виробництва 1–4 ресурсами (сировиною та матеріалами, напівфабрикатами та комплектуючими виробів відповідно);

$\Pi_1^B - \Pi_4^B$ — потоки виробництва на відповідній стадії 1–4;

Π^{36} — потік забезпечення збуту (надходження вироблених виробів складу готової продукції);

Π^{36} — потік збуту (постачання готової продукції споживачеві);

Π^Y — потік утилізації браку та зношених засобів виробництва; потік утилізації складається з кількох потоків, що надходять з різних стадій виробництва, але так само, як і у випадку з потоками забезпечення виробництва основними засобами, він для зручності прийнятий унітарним і належить до всієї виробничої підсистеми в цілому;



— умовне позначення виробничих заділів між різними стадіями (тут передбачається пряма послідовність їх виконання);



— умовне позначення накопичувачів (складів) засобів виробництва, ресурсів та готової продукції.

Загальне правило перетворення потоків за формулою (1) для даної ВЗС виглядатиме таким чином:

$$F\{\Pi_1^3, \Pi_2^3, \Pi_3^3, \Pi_4^3, \Pi_5^3, \Pi_6^3\} \rightarrow \{\Pi^Y, \Pi^3\}. \quad (2)$$

Побудуємо систему операторів перетворень $F^{(i)}$, рухаючись у напрямку від потоків, що виходять, до вхідних:

$$F^1 \Pi^{03} \rightarrow \Pi^{36}; \quad (3)$$

$$F^2 \Pi_4^B \rightarrow \Pi^{03}; \quad (4)$$

$$F^3 \{\Pi_3^B, \Pi_{6,4}^{OB}\} \rightarrow \Pi_4^B; \quad (5)$$

$$F^4 \{\Pi_2^B, \Pi_{6,3}^{OB}, \Pi_{4,3}^{OB}\} \rightarrow \Pi_3^B; \quad (6)$$

$$F^5 \{\Pi_1^B, \Pi_{5,2}^{OB}, \Pi_{4,2}^{OB}, \Pi_{6,2}^{OB}\} \rightarrow \Pi_2^B; \quad (7)$$

$$F^6 \{\Pi_1^{OB}, \Pi_2^{OB}, \Pi_{3,1}^{OB}\} \rightarrow \Pi_1^B; \quad (8)$$

$$F^7 \Pi_1^3 \rightarrow \Pi_1^{OB}; \quad (9)$$

$$F^8 \Pi_2^3 \rightarrow \Pi_2^{OB}; \quad (10)$$

$$F^9 \Pi_3^3 \rightarrow \Pi_{3,1}^{OB}; \quad (11)$$

$$F^{10} \Pi_4^3 \rightarrow \Pi_{4,2}^{OB}; \quad (12)$$

$$F^{11} \Pi_4^3 \rightarrow \Pi_{4,3}^{OB}; \quad (13)$$

$$F^{12} \Pi_5^3 \rightarrow \Pi_{5,2}^{OB}; \quad (14)$$

$$F^{13} \Pi_6^3 \rightarrow \Pi_{6,2}^{OB}; \quad (15)$$

$$F^{15} \Pi_6^3 \rightarrow \Pi_{6,4}^{OB}; \quad (16)$$

$$F^{15} \Pi_6^3 \rightarrow \Pi_{6,4}^{OB}; \quad (17)$$

З виразів (8)–(11) отримуємо:

$$F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\} \rightarrow \Pi_1^B. \quad (18)$$

З виразів (7), (18), (14), (12) та (15) маємо:

$$F^{(5)} \{F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3\} \rightarrow \Pi_2^B. \quad (19)$$

З виразів (6), (19), (16) та (13) аналогічним чином отримуємо:

$$F^{(4)} \{F^{(5)} \{F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3\}, F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3\} \rightarrow \Pi_3^B. \quad (20)$$

З виразів (5), (20) та (17) аналогічним чином отримаємо:

$$F^{(3)} \{F^{(4)} \{F^{(5)} \{F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3\}, F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3\}, F^{(15)} \Pi_6^3\} \rightarrow \Pi_4^B. \quad (21)$$

Далі з виразів (21), (4) та (3) маємо:

$$F^{(2)} \{F^{(3)} \{F^{(4)} \{F^{(5)} \{F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3\}, F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3\}, F^{(15)} \Pi_6^3\}\} \rightarrow \Pi^{03}, \quad (22)$$

і в результаті:

$$F^{(1)} \{F^{(2)} \{F^{(3)} \{F^{(4)} \{F^{(5)} \{F^{(6)} \{F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3\}, F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3\}, F^{(15)} \Pi_6^3\}\}\} \rightarrow \Pi^3, \quad (23)$$

Відповідно до наведеного опису прийmemo, що потік утилізації Π^Y визначатиметься потоками виробництва $\Pi_1^B - \Pi_4^B$:

$$F^{(16)} \{\Pi_1^B, \Pi_2^B, \Pi_{13}^B, \Pi_{14}^B\} \rightarrow \Pi^Y, \quad (24)$$

Тоді з виразів (24), (18), (19), (20) та (21) отримаємо:

$$\begin{aligned}
 & F^{(16)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \\
 & F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(4)} \left\{ F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, F^{(14)} \Pi_6^3, \\
 & F^{(3)} \left\{ F^{(4)} \left\{ F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \right. \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3 \left. \right\}, F^{(15)} \Pi_6^3 \left. \right\} \rightarrow \Pi^Y \quad (25)
 \end{aligned}$$

Таким чином, підсумковий вираз (2) для оператора F набуде вигляду:

$$\begin{aligned}
 & F \left\{ \Pi_1^3, \Pi_2^3, \Pi_3^3, \Pi_4^3, \Pi_5^3, \Pi_6^3 \right\} \rightarrow \\
 & \rightarrow \left\{ F^{(16)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \right. \\
 & F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(4)} \left\{ F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(3)} \left\{ F^{(4)} \left\{ F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, F^{(9)} \Pi_3^3 \right\}, \right. \right. \right. \\
 & F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3 \left. \right\}, F^{(15)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(1)} \left\{ F^{(2)} \left\{ F^{(3)} \left\{ F^{(4)} \left\{ F^{(5)} \left\{ F^{(6)} \left\{ F^{(7)} \Pi_1^3, F^{(8)} \Pi_2^3, \right. \right. \right. \right. \right. \right. \\
 & F^{(9)} \Pi_3^3 \left. \right\}, F^{(12)} \Pi_5^3, F^{(10)} \Pi_4^3, F^{(13)} \Pi_6^3 \left. \right\}, \\
 & F^{(14)} \Pi_6^3, F^{(11)} \Pi_4^3 \left. \right\}, F^{(15)} \Pi_6^3 \left. \right\} \left. \right\} \left. \right\} \left. \right\}. \quad (26)
 \end{aligned}$$

Наступні етапи проектування вимагають подальшої деталізації потоків та поглиблення спеціалізації (і, отже, збільшення числа) операторів, що використовуються. При цьому у дослідника не може бути гарантії, що підсумкове вираження перетворення потоків, що описує діяльність всієї ВЗС у цілому, можна буде представлено у формальній семантиці лінійної алгебри. Це пов'язано як зі складністю природи самих потоків, так і ще більшою складністю дії операторів.

Розглянемо окремий потік. Наприклад візьmemo потік постачання комплектуючих виробів. Припустимо, що ВЗС використовує у виробництві k типів комплектуючих і кожен із цих типів представляється в підсистему МТЗ окремої ВЗС — постачальником.

У такому разі потік поставок відразу перетворюється на мультипотік з джерелами руху k і одним споживачем. При цьому на вході в підсистему МТЗ потік розподіляється за відповідними функціональними накопичувачами, яких може бути безліч, а отже, можна вважати, що маємо кілька споживачів, що знаходяться в одній географічній точці.

Крім цього, сама природа даного потоку комплексна: він є комбінованим, оскільки кожній поставці відповідає сукупність деякої кількості одиниць виробу, що доставляється, транспортного засобу (ТЗ), що використовується при доставці, оператора цього ТЗ і пакета товаросупровідної документації. Стосовно описаного прикладу для потоку закупівель комплектуючих виробів для деякого інтервалу T отримаємо:

$$\Pi_6^3 = [\Pi_i^k], \quad (27)$$

де $[\Pi_i^k]$ — i -а постачання k -го типу виробів, $i = 1 \dots n$, n — змінна величина, що залежить від інтенсивності виробництва;

$$[\Pi_i^k] = \{S_i^k, t_i^{k,S}, F_i^k, t_i^{k,F}, T\mathcal{Z}_i^k, Q_i^k\}, \quad (28)$$

де S_i^k — пункт відправлення (фізична адреса);

$t_i^{k,S}$ — момент відправлення;

F_i^k — пункт призначення (конкретний багатофункціональний накопичувач);

$t_i^{k,F}$ — момент прибуття;

$T\mathcal{Z}_i^k$ — тип транспортного засобу, який використовується для здійснення доставки;

Q_i^k — кількість поставлених одиниць.

Крім цих базових характеристик, для кожного окремого постачання можливе введення ряду допоміжних, таких як відповідність числа доставлених одиниць кількості замовлених, відставання/випередження запланованого моменту доставки за часом тощо.

За наявності великої кількості поставок, що здійснюються на регулярній основі, що власне і перетворює набір поставок на потік, з'являються можливість ввести характеристики для потоку в цілому: у загальному випадку це потужність та інтенсивність потоку. У цьому прикладі:

$P^k \Pi_6^3$ — потужність потоку закупівель k -го типу комплектуючих;

$PS^k \Pi_6^3$ — інтенсивність потоку закупівель k -го типу комплектуючих.

Таким чином, потік знаходить набір формалізованих атрибутів, що дозволяють здійснювати над ним деякі математичні дії, для чого необхідно провести формалізацію використовуваних у перетворенні операторів в рамках тієї ж логіки висловлювань і семантики уявлення.

Наприклад розглянемо забезпечення виробництва комплектуючих на 2-й стадії (потік $\Pi_{6,2}^{OB}$). Цей потік можна також описати за допомогою двох атрибутів:

$I(\Pi_1^B)$ — інтенсивність потоку виробництва на 1-й стадії;

(N_2^k) — норма споживання k -го типу комплектуючих на 2-й стадії.

Відповідно до виразу (7)

$$F^5 \{ \Pi_1^B, \Pi_{5,2}^{OB}, \Pi_{4,2}^{OB}, \Pi_{6,2}^{OB} \} \rightarrow \Pi_2^B.$$

Далі, після атрибуції всіх потоків, що входять у цей вираз, можна буде формалізовано уявити і сам оператор F^5 у вигляді послідовності матричних перетворень, до яких можливе застосування апарату лінійної алгебри.

Ідеальною кінцевою метою логістико-орієнтованого проектування є отримання повністю формалізованого представлення ВЗС у логіці потоків та операторів їх перетворень, що дозволить відслідковувати вплив зміни того чи іншого фактору на загальносистемну ефективність господарської діяльності ВЗС.

Як було зазначено, рух у процесі проектування слід здійснювати від постановки спільних цілей і критеріїв функціонування системи до постановки локальних. У кожному окремому випадку система цілей та критеріїв є унікальною, але загальні вимоги до систем даного класу залишаються незмінними. Укрупнено ВЗС можна таким чином:

- забезпечення необхідної прибутковості діяльності системи;
- забезпечення організаційно-економічної стійкості системи;
- оптимізація рівня обслуговування споживачів системи.

Висновок. Отже, процес проведення логістико-орієнтованого проектування виробничо-збутової

системи можна поділити на кілька ключових етапів.

На першому етапі відповідно до вимог до потоків на виході системи, що визначаються кон'юнктурою та динамікою ринку, формуються базові вимоги до структури та складу потоків на вході системи, а також розробляється система загальних цілей та критеріїв функціонування системи.

На другому етапі відповідно до предметної області здійснюється проектування системи на основі аналізу руху та перетворення в системі потоків. Проводяться формалізація та атрибуція всіх потоків та операторів їх перетворень, що дозволяє отримати повністю формалізоване уявлення системи та побудувати комплексну модель її функціонування.

На третьому етапі будується формалізована модель системи та формується система обмежень для значень параметрів потоків та операторів. На їх основі за допомогою моделювання сценаріїв розвитку ситуації у зовнішньому середовищі оцінюється вплив зміни окремих параметрів на підсумкові результати функціонування системи загалом. Здійснюється пошук таких значень цих параметрів, які дозволять досягти оптимальних значень відповідно до критеріїв, сформульованих на першому етапі, та забезпечити заданий рівень стійкості та прибутковості від діяльності системи.

Останній етап реалізує функцію зворотного зв'язку, дозволяючи розробнику оцінити доцільність побудови системи з урахуванням розробленого проекту. Окремі процеси та перетворення, що знижують обернену ефективність, мають бути переглянуті, а відповідні елементи системи — перепроєктовані. Таким чином, цей етап передбачає внесення коректив до проекту та побудованої моделі для досягнення більш високих значень результатуючих показників.

Дослідження проведено у межах виконання НДР «Конкурентна розвідка в безпекоорієнтованому управлінні інноваційно-інвестиційним розвитком підприємств стратегічного значення для національної економіки і безпеки держави» (№ ДР 0119U002005).

Література

1. Національна економічна стратегія на період до 2030 року. Урядовий кур'єр. 2021. № 45. С. 8–36.
2. Bowersox D.J., Closs D.J., Cooper M.B., Bowersox J.C. Supply Chain Logistics Management. 5th edition. McGraw-Hill, 2020. 481 p.
3. Бондаренко В.М. Формування взаємозв'язків маркетингу та логістики в підприємницькій діяльності. Ефективна економіка. 2015. № 7. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4454>

4. Буяк А. Сучасна логістика та методи управління ланцюгами поставок. Економічний вісник НГУ. 2013. № 1(41). С. 133–144.
5. Веселевський М., Патора Р. Інформація та кадри в логістичних системах: монографія. Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2001. 272 с.
6. Gu Y., Dong S. Logistics Cost Management from the Supply Chain Perspective. *Journal of Service Science and Management*. 2016. № 9. Р. 229–232. doi: 10.4236/jssm.2016.93028
7. Логістичне забезпечення безпекоорієнтованого розвитку інноваційно-активних суб'єктів господарювання: колективна монографія: відповід. ред. В.І. Захарченко. Одеса: Фенікс, 2021. 152 с
8. Крикавський Є. В., Похильченко О. А. Ефективність логістики: дефініції понять та підходи до оцінювання. *Логистика: проблемы и решения*. 2019. № 6 (85). С. 20–25.
9. Кустрич Л. О. Логістичні новації як основа управління підприємством. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 10–14.
10. Окландер М., Меджибовська Н. Трансформація системи постачання промислових підприємств. *Економіка України*. 2011. № 11. С. 20–29.
11. Пономарьова Ю. В. Логістика: навчальний посібник. Київ: ЦУЛ, 2005. 328 с.
12. Сумець О. М. Логістичні фінансові потоки: визначення місця утворення, класифікація. *Логистика: проблемы и решения*. 2019. № 4(83). С. 18–24.
13. Сумець О. М. Сучасні підходи до визначення ефективності логістичної діяльності підприємства та її оцінювання. *Логистика: проблемы и решения*. 2019. № 6(85). С. 32–42.
14. Федькович І. В. Удосконалення логістичної діяльності на підприємстві. *Економіка та держава*. 2018. № 1. С. 111–113.

References

1. Cabinet of Ministers of Ukraine (2021). «Natsionalna ekonomichna stratehiia na period do 2030 roku», *Uryadov'yj kur'yer*, № 45. S. 8–36 [in Ukrainian].
2. Bowersox D. J., Closs D. J., Cooper M. B., Bowersox J. C. (2020). *Supply Chain Logistics Management*. 5th edition. McGraw-Hill. 481 p. [in English].
3. Bondarenko V. M. (2015). Formuvannia vzaiemozviazkiv marketynhu ta lohistyky v pidpriemnytskii diialnosti. *Efektivna ekonomika*, № 7, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4454> (accessed 27 April 2022) [in Ukrainian].
4. Buiak A. (2013). Suchasna lohistyka ta metody upravlinnia lantsiuhamy postavok. *Ekonomichnyi visnyk NHU*, № 1(41). S. 133–144. [in Ukrainian].
5. Veselevskiy M., Patora R. (2001). *Informatsiia ta kadry v lohistychnykh systemakh: monohrafiia*. Lviv: Vydavnytstvo NU «Lvivska politekhnika», 272 p. [in Ukrainian].
6. Gu, Y. and Dong, S. (2016). Logistics Cost Management from the Supply Chain Perspective. *Journal of Service Science and Management*, 9, pp. 229–232. doi: 10.4236/jssm.2016.93028 [in English].
7. Zakharchenko V. I. ta in. (2021). *Lohistychnе zabezpechennia bezpekoorіentovanoho rozvytku innovatsiino-aktyvnykh subiektiv hospodariuvannia: kolektyvna monohrafiia*. Odesa: Feniks, 152 s. [in Ukrainian].
8. Krykavskiy Ye. V., Pokhylchenko O. A. (2019). *Efektivnist lohistyky: defynitsii poniat ta pidkhody do otsiniuvannia*. *Logistics: problems and solutions*, № 6(85). S. 20–25 [in Ukrainian].
9. Kustrich L. O. (2020). *Lohistychni novatsii yak osnova upravlinnia pidpriemstvom*. *Ekonomika ta derzhava*. № 2. S. 10–14 [in Ukrainian].
10. Oklander M., Medzhybovska N. (2011). *Transformatsiia systemy postachannia promyslovykh pidpriemstv*. *Efektivna ekonomika*, vol. 11. S. 20–29 [in Ukrainian].
11. Ponomarova Yu. V. (2005). *Lohistyka: navchalnyi posibnyk*. Kyiv: TsUL, 328 s. [in Ukrainian].
12. Sumets O. M. (2019). *Lohistychni finansovi potoky: vyznachennia mistisia utvorennia, klasyfikatsiia*. *Logistics: problems and solutions*. № 4(83). S. 18–24 [in Ukrainian].
13. Sumets O. M. (2019). *Suchasni pidkhody do vyznachennia efektyvnosti lohistychnoi diialnosti pidpriemstva ta yii otsiniuvannia*. *Logistics: problems and solutions*. № 6 (85). S. 32–42 [in Ukrainian].
14. Fedkovych I. V. (2018). *Udoskonalennia lohistychnoi diialnosti na pidpriemstvi*. *Ekonomika ta derzhava*. № 1. S. 111–113 [in Ukrainian].

Паска Марія Зіновіївна

*доктор ветеринарних наук, професор,
завідувач кафедри готельно-ресторанного бізнесу
Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського*

Паска Мария Зиновьевна

*доктор ветеринарных наук, профессор,
заведующая кафедрой гостинично-ресторанного бизнеса
Львовский государственный университет физической культуры имени Ивана Боберского*

Paska Mariia

*Doctor of Veterinary Sciences, Professor,
Head of the Hotel and Restaurant Business Department
Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky
ORCID: 0000-0002-9208-1092*

Головчук Юлія Олександрівна

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

Головчук Юлия Александровна

*кандидат экономических наук,
доцент кафедры маркетинга и рекламы
Винницкий торгово-экономический институт ГТЭУ*

Holovchuk Yuliia

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Marketing and Advertising Department
Vinnytsia Trade and Economic Institute of STEU
ORCID: 0000-0002-4516-109X*

Гарасимчук Назарій Андрійович

*аспірант
Львівського університету бізнесу та права*

Гарасимчук Назарий Андреевич

*аспирант
Львовского университета бизнеса и права*

Narasymchuk Nazarii

*Postgraduate Student of the
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0001-6812-1667*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8086

**ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЕЛЕМЕНТ
МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ
РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В УМОВАХ КРИЗИ**

**ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ
МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ
РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА**

GASTRONOMIC TOURISM AS AN ELEMENT OF MARKETING STRATEGIES OF REGIONAL ECONOMY DEVELOPMENT IN CRISIS

Анотація. У статті обґрунтовано місце і роль гастрономічного туризму у маркетингових стратегіях розвитку регіональної економіки в Україні в сучасних кризових умовах. Узагальнено, що гастрономічний туризм є різновидом культурно-пізнавального туризму, під час якого ознайомлення з культурою певної території, етнічної групи чи національності відбувається за посередництвом їжі чи напоїв шляхом як їх споживання, так і спостереження за приготуванням чи участі у цьому процесі. Важливою передумовою розвитку гастрономічного туризму в регіоні є розроблення належного маркетингового забезпечення. Найбільш ефективний спосіб вирішення проблем регіонального туристичного брендингу полягає у формуванні стратегічних підходів до маркетингового забезпечення регіонального розвитку туризму в Україні, які мають базуватися на засадах системності, сталості, конвергентності та враховувати наявні регіональні відмінності. Обґрунтовано, що у кризових умовах ключовими засадами формування маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки є гарантування безпеки соціально-економічних систем і диверсифікація можливостей їх розвитку. Із позицій стратегічного управління регіональним розвитком в умовах виходу із кризи в контексті пріоритетності розвитку гастрономічного туризму розроблено комплекс заходів. Виявлено, що організаційна та функціональна унікальність гастрономічного туризму та його тісна інтеграція з місцевим культурним надбанням дають змогу максимізувати ефект підвищення конкурентоспроможності територіальних громад та регіонів і навіть в умовах кризи успішно розробляти і реалізовувати на початковому рівні заходи щодо підвищення стійкості та майбутнього прогресивного розвитку економічних систем. В умовах кризи економічні системи, функціонуючи в умовах нестабільності, потребують розробки і реалізації стратегічних пріоритетів, що базуються, зокрема, на маркетингових механізмах. Ефективним інструментом регіонального маркетингу є формування туристичного бренду регіону, що має бути ключовим аспектом маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму.

Ключові слова: гастрономічний туризм, регіон, маркетингова стратегія, криза.

Аннотация. В статье обоснованы место и роль гастрономического туризма в маркетинговых стратегиях развития региональной экономики в Украине в современных кризисных условиях. Обобщено, что гастрономический туризм является разновидностью культурно-познавательного туризма, в ходе которого ознакомление с культурой определенной территории, этнической группы или национальности происходит через посредство пищи или напитков путем как их потребления, так и наблюдения за приготовлением или участия в этом процессе. Важной предпосылкой развития гастрономического туризма в регионе есть разработка надлежащего маркетингового обеспечения. Наиболее эффективным способом решения проблем регионального туристического брендинга является формирование стратегических подходов к маркетинговому обеспечению регионального развития туризма в Украине, которые должны базироваться на основе системности, постоянства, конвергентности и учитывать существующие региональные различия. Обосновано, что в кризисных условиях ключевыми основами формирования маркетинговых стратегий развития региональной экономики является обеспечение безопасности социально-экономических систем и диверсификация возможностей их развития. С позиций стратегического управления региональным развитием в условиях выхода из кризиса в контексте приоритетности развития гастрономического туризма разработан комплекс мероприятий. Выведено, что организационная и функциональная уникальность гастрономического туризма и его тесная интеграция с местным культурным достоянием позволяют максимизировать эффект повышения конкурентоспособности территориальных общин и регионов и даже в условиях кризиса успешно разрабатывать и реализовывать на начальном уровне меры по повышению устойчивости и будущему прогрессивному развитию. В условиях кризиса экономические системы, функционируя в условиях нестабильности, нуждаются в разработке и реализации стратегических приоритетов, базирующихся, в частности, на маркетинговых механизмах. Эффективным инструментом регионального маркетинга является формирование туристического бренда региона, что должно быть ключевым аспектом маркетинговых стратегий регионального развития туризма.

Ключевые слова: гастрономический туризм, регион, маркетинговая стратегия, кризис.

Summary. The article deals with the place and role of gastronomic tourism in marketing strategies of regional economy development in Ukraine in modern crisis conditions. It is generalized that gastronomic tourism is a kind of cultural-cognitive tourism, during which acquaintance with the culture of a certain territory, ethnic group or nationality takes place through food or beverages by both their consumption and observation of preparation or participation in this process. An important prerequi-

site for the development of gastronomic tourism in the region is the development of proper marketing support. The most effective way to solve the problems of regional tourism branding is to form strategic approaches to marketing support for regional tourism development in Ukraine, which should be based on the principles of system, sustainability, convergence and take into account existing regional differences. It is substantiated that in crisis conditions the key principles of formation of marketing strategies of development of regional economy are guarantee of safety of social and economic systems and diversification of possibilities of their development. From the standpoint of strategic management of regional development in the context of overcoming the crisis in the context of the priority of gastronomic tourism development, a set of measures has been developed. It was found that the organizational and functional uniqueness of gastronomic tourism and its close integration with local cultural heritage allow to maximize the effect of increasing the competitiveness of local communities and regions and even in times of crisis to successfully develop and implement measures to increase sustainability and future progressive economic systems. In times of crisis, economic systems, operating in conditions of instability, require the development and implementation of strategic priorities based, in particular, on marketing mechanisms. An effective tool of regional marketing is the formation of the tourist brand of the region, which should be a key aspect of marketing strategies for regional tourism development.

Key words: gastronomic tourism, region, marketing strategy, crisis.

Постановка проблеми. В умовах швидко-го розвитку та поширення інформаційно-комунікаційних технологій, а також кризових явищ глобального та національного генезису, маркетингові механізми забезпечення конкурентоспроможності регіональної економіки набувають особливого значення. У цьому контексті особливе місце займає туристична сфера, яка за своєю специфікою функціонує саме на засадах формування привабливого для потенційних споживачів туристичних послуг іміджу територій [2]. Серед відомих видів туризму одним із найбільш перспективних в контексті посткризового відновлення є гастрономічний туризм.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке коло проблем розвитку гастрономічного туризму в останні роки було предметом дослідження таких учених як Д. Басюк, Т. Божук, О. Давидова, Г. Кушнірук, В. Омельницька, С. Саламатіна, Т. Трададенко та ін. Водночас проблеми стратегічного управління у сфері регіонального маркетингу перебували у фокусі уваги таких українських вчених як С. Богуславська, А. Голод, З. Бурик, О. Підвальна та ін. Однак коло інструментів регіонального маркетингу потребує розширення, особливо в кризових умовах, в яких функціонує зараз національна економічна система України.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). У зв'язку із цим метою статті визначено обґрунтування місця і ролі гастрономічного туризму у маркетингових стратегіях розвитку регіональної економіки в Україні в сучасних кризових умовах.

Виклад основного матеріалу. Гастрономічний туризм вважають перспективним видом туристичної діяльності, який використовує особливості харчування туристів не лише як базовий елемент

надання послуг у місці тимчасового перебування, а й як окремий атрактивний складник дестинацій. Найкращі можливості для розвитку гастрономічного туризму мають регіони, що характеризуються давньою історією заселення та багатою і різноманітною історико-культурною спадщиною [8].

Дані Всесвітньої туристичної організації свідчать, що 79% мандрівників вибудовує маршрут, попередньо вивчивши календар гастрономічних подій і особливості місцевої кухні, а кожен третій турист у світі трактує національну кухню як важливу мотивацію до подорожі, причому на харчування припадає близько 30% загальних витрат мандрівників [9].

Вважається, що уперше термін «гастрономічний туризм» було вжито професором Лусі Лонг (США) у 1998 р., з посиланням на концепцію, що туристи цілеспрямовано прагнуть вивчити певну культуру через їжу певної місцевості. Водночас визначення поняття гастрономічного туризму різних українських науковців різноманітні, як і терміни, що вживаються для його позначення (гастрономічний туризм, винно-гастрономічний туризм, кулінарний туризм) [8]. Узагальнюючи наявні підходи, можна констатувати, що гастрономічний туризм є різновидом культурно-пізнавального туризму, під час якого ознайомлення з культурою певної території, етнічної групи чи національності відбувається за посередництвом їжі чи напоїв шляхом як їх споживання, так і спостереження за приготуванням чи участі у цьому процесі.

Важливою передумовою розвитку гастрономічного туризму в регіоні є розроблення належного маркетингового забезпечення, яке би включало:

– брендинг регіонів і дестинацій з урахуванням перспектив організації гастрономічних турів;

- створення інформаційних веб-ресурсів, присвячених гастрономічному туризму регіону;
- включення гастрономічного туризму як пріоритетного компонента туристичної сфери у структуру стратегій та програм регіонального розвитку туризму;
- активізацію міжнародного співробітництва у сфері розвитку гастрономічного туризму [1].

Можемо погодитися із тим, що позитивний імідж в умовах активного розвитку інформаційного суспільства є важливою перевагою у конкурентній боротьбі не лише на рівні суб'єктів економічної діяльності, а й стосовно територій різного рангу (міст, регіонів, держав). Імідж будь-якої території, що знаходить втілення в її бренді, як правило, формується впродовж тривалого часу, а його модифікація вимагає цілеспрямованої політики та значних фінансових затрат [4]. Мінімізувати витрати у процесі територіального брендингу та підвищити його ефективність можна використовуючи інструменти стратегічного управління.

В умовах швидкого розвитку та поширення інформаційно-комунікаційних технологій інноваційні маркетингові механізми забезпечення конкурентоспроможності регіональної економіки набувають особливого значення. У цьому контексті особливе місце займає туристична сфера, яка за своєю специфікою функціонує саме на засадах формування привабливого для потенційних споживачів туристичних послуг іміджу територій.

З огляду на це варто наголосити на важливості такого елемента маркетингової стратегії регіонального розвитку туризму як брендинг. Туристичний брендинг територій є процесом, що широко використовується в управлінні розвитком туристичної сфери регіонів України. Існують позитивні кейси формування успішних туристичних брендів як окремих міст, так і регіонів загалом [3].

Фахівці зазначають про доцільність виокремлення таких етапів регіонального брендингу:

- визначення цілей існування регіонального бренду, його переваги, цілі та завдання брендингу;
- збір та аналіз інформації щодо конкурентів, ринку та інтересів потенційних інвесторів;
- пропозиція варіантів здійснення брендингу та вибір найбільш оптимального, обґрунтування його економічної доцільності;
- визначення логотипу та лозунгу бренду;
- апробація отриманих результатів;
- формування та видання інструкцій, методик роботи над брендом;
- створення каналів комунікації, а потім мереж для взаємодій з інвесторами, туристами та населенням;

- залучення населення регіону в програму брендингу;
- практичне досягнення результатів з попередніх етапів та початок формування бренду регіону;
- аналіз та оцінка робіт щодо формування бренду регіону з метою виявлення відхилень від першочергової ідеї [7].

На кожному із цих етапів доречним є застосування інноваційних механізмів та моделей стратегічного управління, які, на нашу думку, мають реалізовуватися у таких напрямках:

- формування туристичних кластерів та їх залучення до процесів брендингу регіону;
- залучення організацій управління дестинаціями (DMO) до вирішення завдань пов'язаних із регіональним маркетингом туризму;
- розширення використання інструментів SMM-маркетингу;
- використання сучасних мультимедійних технологій у процесах просування бренду (голографічні зображення, доповнена реальність та ін.) [2].

Найбільш ефективний спосіб вирішення проблем регіонального туристичного брендингу полягає у формуванні стратегічних підходів до маркетингового забезпечення регіонального розвитку туризму в Україні, які мають базуватися на засадах системності, сталості, конвергентності та враховувати наявні регіональні відмінності. Туристичні бренди регіонів України мають узгоджуватися із національним туристичним брендом, зберігаючи водночас свою унікальність. Важливо, щоб з позицій економічної ефективності сформовані регіональні туристичні бренди були спрямованими не лише на внутрішній, а й передусім на міжнародний ринок [2]. Важливо наголосити на ролі у регіональному туристичному брендингу саме гастрономічного туризму, який концентрує у собі елементи кулінарної культури регіону стає важливим інструментом популяризації локальних туристичних продуктів на національному та міжнародному ринках туристичних послуг.

У кризових умовах ключовими засадами формування маркетингових стратегій розвитку регіональної економіки є гарантування безпеки соціально-економічних систем і диверсифікація можливостей їх розвитку.

Безпека загалом має провідне значення у більшості видів економічної діяльності, зокрема у сфері послуг. Водночас у кризових умовах безпечність товару чи послуги для споживача, як і безпека суб'єктів економічної діяльності, відіграє критичну роль для самого функціонування відповідних системних утворень. Тоді як економічна безпека

має головним чином кон'юнктурний вимір, безпечність товару чи послуги для споживача, безумовно, стає важливим чинником ефективності реклами, зокрема у сфері туризму і гостинності. Гастрономічний туризм передбачає акцентування на наданні послуг харчування під час подорожі, а отже, на передній план у плануванні його розвитку та організації турів виходять також проблеми харчової безпеки.

У контексті диверсифікації розвитку регіональних туристичних систем гастрономічний туризм має стратегічно важливе значення, адже зосереджує увагу на поєднанні базових для організації туристичних подорожей послуг харчування із реалізацією пізнавальних та освітніх функцій туризму. Таким чином у посткризовий період за умови гарантування безпеки туризму саме розвиток гастрономічного туризму на регіональному рівні має хороші перспективи, зокрема в Україні.

Вирішуючи питання стратегічного управління регіональним розвитком в умовах виходу із кризи в контексті пріоритетності розвитку гастрономічного туризму, на наш погляд, доцільно розробляти та реалізовувати заходи у таких напрямках:

- збереження соціально-культурного потенціалу регіону та його туристична інституціоналізація у посткризовий період (нові заклади, музеї, маршрути);
- інформаційна політика щодо популяризації регіональної гастрономічної культури та її локальних відмінностей;
- концептуалізація ресторанної справи в контексті її рекреаційно-пізнавальних функцій на базі

унікальності національної і етнічної культурної спадщини;

- впровадження інтерактивності у діяльність закладів, що організовують гастрономічну діяльність (дегустації, майстер-класи);
- активізація впровадження та поширення інноваційних технологій виробництва та обслуговування туристів.

Організаційна та функціональна унікальність гастрономічного туризму та його тісна інтеграція з місцевим культурним надбанням дають змогу максимізувати ефект підвищення конкурентоспроможності територіальних громад та регіонів і навіть в умовах кризи успішно розробляти і реалізовувати на початковому рівні заходи щодо підвищення стійкості та майбутнього прогресивного розвитку економічних систем.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, в умовах кризи економічні системи, функціонуючи в умовах нестабільності, потребують розробки і реалізації стратегічних пріоритетів, що базуються, зокрема, на маркетингових механізмах. Ефективним інструментом регіонального маркетингу є формування туристичного бренду регіону, що має бути ключовим аспектом маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму. У цьому контексті особливу роль у процесі забезпечення стійкості і посткризового відновлення стабільного функціонування регіональних туристичних систем відіграє розвиток гастрономічного туризму, що поєднує у процесі організації відповідних турів низку галузей сфери послуг та суміжних видів економічної діяльності.

Література

1. Басова В., Голод А. Проблеми та перспективи розвитку гастрономічного туризму у Західному регіоні України. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму в регіонах України. Матеріали III Всеукр. наук.-практ. конф. (19–20 жовтня 2018 р., м. Львів). Львів, 2018. С. 62–64.
2. Головчук Ю. О. Інноваційні напрями туристичного брендингу регіону. Інновації, гостинність, туризм: наука, освіта, практика: зб. тез доп. II Наук.-практ. конф. мол. учених, асп. і студ. (19 травня 2022 року, м. Львів). Львів: ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. С. 353–355.
3. Голод А. П., Головчук Ю. О. Брендинг як елемент маркетингових стратегій регіонального розвитку туризму в Україні. Міжнародний та національний досвід суспільно-географічного розвитку туристичної галузі в умовах євроінтеграції: тези доп. Міжнар. наук.-практ. конф. (29 жовтня 2021 р., м. Мукачево). Мукачево: РВВ МДУ, 2021. С. 65–67.
4. Голод А. П., Крупенна І. А. Інформаційна безпека та проблеми туристичного брендингу регіонів. Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. 2017. Вип. 45. Ч. 1. С. 63–68.
5. Графська О. І., Головчук Ю. О., Никига О. В. Роль маркетингових інновацій у розвитку гастрономічного туризму в регіоні. Економіка та суспільство. 2022. № 39. doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>

6. Гузар У., Голод А., Паска М., Феленчак Ю., Стахів І. Проблеми формування іміджу підприємств індустрії гостинності в умовах пандемії. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики, 2021. № 3(38), С. 447–455. doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i38.237477>

7. Ковальчук О. Інструменти просування регіонального туристичного бренду. Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи: зб. тез. доп. І Міжнар. наук.-практ. конф. 2020. URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201214>

8. Коркуна О.І., Никига О.В., Підвальна О.Г. Гастрономічний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територіальних громад. Економічний простір. 2020. № 155. С. 40–43.

9. Нестерчук І.К. Гастрономічний туризм: історія, теорія і сучасні практики. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Географічні науки, 2017. Вип. 6. С. 193–199.

References

1. Basova V., Holod A. (2018), «Problems and prospects of gastronomic tourism development in the Western region of Ukraine», *Suchasnyi stan, problemy ta perspektyvy rozvytku turyzmu v rehionakh Ukrainy. Materialy III Vseukr. nauk.-prakt. konf. (19–20 zhovtnia 2018 r., m. Lviv), Lviv*, pp. 62–64.

2. Holovchuk Yu.O. (2022), «Innovative directions of tourist branding of the region», *Innovatsii, hostynnist, turyzm: nauka, osvita, praktyka: zb. tez dop. II Nauk.-prakt. mol. uchenykh, asp. i stud. (19 travnia 2022 roku, m. Lviv), Lviv: LDUFK im. Ivana Boberskoho*, pp. 353–355.

3. Holod A.P., Holovchuk Yu.O. (2021), «Branding as an element of marketing strategies of regional tourism development in Ukraine», *Mizhnarodnyi ta natsionalnyi dosvid suspilno-heohrafichnoho rozvytku turystychnoi haluzi v umovakh yevrointehratsii: tezy dop. Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (29 zhovtnia 2021 r., m. Mukachevo). Mukachevo: RVV MDU*, pp. 65–67.

4. Holod A.P., Krupenna I.A. (2017), «Information security and problems of tourist branding of regions», *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky, vyp. 45, ch. 1*, pp. 63–68.

5. Hrafka O.I., Holovchuk Yu.O., Nykyha O.V. (2022), «The role of marketing innovations in the development of gastronomic tourism in the region», *Ekonomika ta suspilstvo*, № 39, doi: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-9>

6. Huzar U., Holod A., Paska M., Felenchak Yu., Stakhiv I. (2021), «Problems of image formation of the hospitality industry in a pandemic», *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky*, № 3(38), pp. 447–455, doi: <https://doi.org/10.18371/fcaptp.v3i38.237477>

7. Kovalchuk O. (2020), «Tools for promoting a regional tourism brand», *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy: zb. tez. dop. I Mizhnar. nauk.-prakt. konf.*, URL: <http://confmanagement.kpi.ua/proc/article/view/201214>

8. Korkuna O.I., Nykyha, O.V., Pidvalna, O.H. (2020), «Gastronomic tourism as a factor of socio-economic development of territorial communities», *Ekonomichni prostir*, № 155, pp. 40–43.

9. Nesterchuk I.K. (2017), «Gastronomic tourism: history, theory and modern practices». *Naukovyi visnyk Kheronskoho derzhavnoho universytetu. Serii: Heohrafichni nauky, vyp. 6*, pp. 193–199.

Ромашко Ольга Миколаївна
кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Державний торговельно-економічний університет

Ромашко Ольга Николаевна
кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета и налогообложения
Государственный торгово-экономический университет
Romashko Olha
PhD in Economics, Associate Professor
University of Trade and Economics

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8087

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ: ОБЛІК ТА АУДИТ В УМОВАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ БИЗНЕСА: УЧЕТ И АУДИТ В УСЛОВИЯХ ПОСТОЯННОГО РАЗВИТИЯ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: ACCOUNTING AND AUDIT IN CONDITIONS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

Анотація. З кожним роком вимоги до підприємств щодо ведення соціально відповідальної діяльності зростають, не лише з боку державних органів, а й з боку самих споживачів. Соціально відповідальна діяльність набуває рис загально-світової концепції, у межах якої визначаються ключові ідеї та новий формат ведення підприємницької діяльності. Більше того, лише в рамках соціальної спрямованості підприємства отримують можливість забезпечити свій сталий розвиток. При цьому для ефективного впровадження соціальної відповідальності у практику ведення бізнесу, керівникам необхідно володіти повною та своєчасною інформацією щодо вжиті соціальні заходи та вплив від їх впровадження не лише на діяльність самого підприємства, а й на суспільство загалом. Це можливо за рахунок ведення обліку та аудиту соціальної відповідальності, що зумовлює актуальність наукового дослідження.

У науковій статті розглянуто сутність соціальної відповідальності бізнесу, а також сучасні тенденції у сфері її поширення. Окреслено сутність та роль соціального обліку в досягненні високої ефективності соціально відповідальної діяльності. Схематично відображено складові соціального обліку із подальшим розкриттям кожної із них. Досліджено нормативно-правову базу, якою керуються суб'єкти соціального обліку. Визначено робочі рахунки для ведення обліку соціальної відповідальності в розрізі соціальної та екологічної діяльності. Встановлено порядок обліку операцій, які неможливо оцінити у вартісному вираженні.

Наведено роль аудиту соціальної відповідальності у виявленні потенційних загроз сприятливого соціального клімату. Визначено суб'єктів та об'єкт аудиту соціальної відповідальності. Окреслено джерела інформації для проведення аудиту та ключові його завдання. Проаналізовано порядок оформлення робочих документів аудитора. Узагальнено основні проблеми, з якими стикається аудит соціальної відповідальності в Україні, визначено напрямки підвищення його ефективності.

Ключові слова: соціальний облік, сталий розвиток, аудит соціальної відповідальності, робочі рахунки, стандарти.

Аннотация. С каждым годом требования к предприятиям по ведению социально ответственной деятельности возрастают не только со стороны государственных органов, но и со стороны самих потребителей. Социально ответственная деятельность приобретает черты общемировой концепции, в рамках которой определяются ключевые идеи и новый формат ведения предпринимательской деятельности. Более того, только в рамках социальной направленности

предприятия получают возможность обеспечить свое устойчивое развитие. При этом для эффективного внедрения социальной ответственности в практику ведения бизнеса руководителям необходимо обладать полной и своевременной информацией о принятых социальных мерах и влиянии их внедрения не только на деятельность самого предприятия, но и на общество в целом. Это возможно за счет ведения учета и аудита социальной ответственности, что формирует актуальность научного исследования.

В научной статье рассмотрены сущность социальной ответственности бизнеса, а также современные тенденции в сфере ее распространения. Обозначена сущность и роль социального учета в достижении высокой эффективности социально ответственной деятельности. Схематически отражены составляющие социального учета с последующим раскрытием каждой из них. Исследована нормативно-правовая база, которой руководствуются субъекты социального учета. Определены рабочие счета по ведению учета социальной ответственности в разрезе социальной и экологической деятельности. Установлен порядок учета операций, которые невозможно оценить в количественном выражении.

Приведена роль аудита социальной ответственности в выявлении потенциальных угроз благоприятного социального климата. Определены субъекты и объекты аудита социальной ответственности. Обозначен источник информации для проведения аудита и ключевые его задачи. Проанализирован порядок оформления рабочих документов аудитора. Обобщены проблемы, с которыми сталкивается аудит социальной ответственности в Украине, а также определены направления повышения его эффективности.

Ключевые слова: социальный учет, устойчивое развитие, аудит социальной ответственности, рабочие счета, стандарты.

Summary. Every year the requirements for enterprises to conduct socially responsible activities are growing, not only on the part of government agencies, but also on the part of consumers themselves. Socially responsible activity acquires the features of a global concept, within which key ideas and a new format of doing business are defined. Moreover, only within the social orientation of enterprises are able to ensure their sustainable development. In this case, for the effective implementation of social responsibility in the practice of doing business, managers need to have complete and timely information about the social measures taken and the impact of their implementation not only on the activities of the enterprise but also on society as a whole. This is possible through the accounting and audit of social responsibility, which determines the relevance of research.

The scientific article considers the essence of corporate social responsibility, as well as current trends in its field. The essence and role of social accounting in achieving high efficiency of socially responsible activities are outlined. The components of social accounting with the subsequent disclosure of each of them are schematically reflected. The normative-legal base, which is guided by the subjects of social accounting, is studied. Working accounts for keeping records of social responsibility in terms of social and environmental activities have been identified. The order of accounting of operations which cannot be estimated in cost expression is established.

The role of social responsibility audit in identifying potential threats to a favorable social climate is presented. The subjects and object of the social responsibility audit have been identified. The sources of information for the audit and its key tasks are outlined. The order of registration of working documents of the auditor is analyzed. The basis of the problem faced by the audit of social responsibility in Ukraine is generalized, the directions of increase of its efficiency are defined.

Key words: social accounting, sustainable development, social responsibility audit, working accounts, standards.

Постановка завдання. Забезпечення високої конкурентоспроможності суб'єктів господарювання, як на національному, так і на міжнародному рівні, все більше здійснюється під впливом не економічних чинників. Так, вивчення досвіду функціонування підприємств у сучасних умовах, все більше вказує на те, що досягнення високого рівня продуктивності та прибутковості формується під впливом використання ними у своїй діяльності системи ефективного соціального забезпечення працівників, запровадження механізмів контролю якості товарів та послуг, впровадження у виробництво екологічних та енергозберігаючих технологій, тощо. Все це втілюється у категорії соціальної відповідальності (СВ) бізнесу, яка останніми роками набуває все більшого

поширення і якою визначаються сучасні формати ведення підприємницької діяльності.

Постійне поширення практики соціальної відповідальності у глобалізованому суспільстві, поруч із інтеграцією універсальних принципів щодо прав людини, зокрема трудових, та стандартів щодо захисту довкілля, з кожним роком сприятиме залученню до кола суб'єктів соціальної відповідальності нових учасників. Для впровадження можливостей, які забезпечує соціальна відповідальність, обов'язковою умовою є розробка прозорих глобальних схем, які забезпечуватимуть можливість відкрито розміщувати отримані здобутки у цій сфері, а також визначати проблеми у різних рівнях соціальної відповідальності. Прак-

тичними механізмами забезпечення прозорості та ефективності стають облік та аудит соціальної відповідальності, що зумовлює актуальність наукового дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження соціальної відповідальності бізнесу, враховуючи темпи її поширення у практику ведення діяльності, з кожним роком стає фокусом дослідження все більшої кількості науковців. Зокрема, вагомий вклад у розкриття проблематики соціальної відповідальності здійснений Руденко О., Кондратюком О., Горєвою А. [1], Пушкар М., Голінач Л. [2], Кузьмін О., Станасюк Н., Уголькова О. [3]. Будько О. [4], Камінська І., Хома С., Чучук Ю. [5] розглядали облік соціальної відповідальності як інформаційну основу управління сталим розвитком підприємства, а Герасименко О. досліджував соціальний облік та не фінансову звітність як інструменти реалізації соціальної відповідальності [6]. В свою чергу Король С. та Курбет М. досліджували особливості обліку соціальної відповідальності на підприємствах України [7]. Король С., Ромашко О. проводили дослідження не тему корпоративної соціальної відповідальності у межах стратегій трансферного ціноутворення [8].

Гнатишин Л., Костирко І., Прокопишин О., Малецька О. у своєму дослідженні розкривали специфіку ведення аудиту соціальної відповідальності [9]. Проте, не применшуючи вклад зазначених авторів, вважаємо, що питання відображення соціальної відповідальності бізнесу в обліку та проведення на його основі аудиту досліджено недостатньо і потребує подальшої систематизації.

Постановка завдання. З урахуванням вищеведеного, метою нашого наукового дослідження виступає розкриття особливостей ведення обліку та аудиту соціальної відповідальності в умовах забезпечення сталого розвитку підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Впродовж останнього десятиліття, дублюючи міжнародну практику, в Україні почала активно розвиватись концепція соціальної відповідальності бізнесу, згідно з якою вирішення соціальних питань є обов'язком не лише держави, а й суб'єктів господарювання. У результаті активного поширення даної концепції, у суспільстві було сформовано уявлення про те, що соціальна відповідальність є об'єднуючою ланкою між представниками бізнесу та суспільством і виконує функцію регулювання практики ведення діяльності згідно з очікуваннями та викликами суспільства.

З позиції держави, основою соціальної відповідальності бізнесу є його належна поведінка

у питаннях сплати податків, що є передумовою створення умов для сталого розвитку [8, с. 6].

Обов'язковість соціальної відповідальності для бізнесу зумовлюється і сучасними тенденціями щодо розвитку свідомості споживачів товарів та послуг. Так, споживачі все більше усвідомлюють проблему зміни клімату, нерівномірність доходів населення, диспропорції у сфері охорони здоров'я, наявності несправедливих умов праці та гендерної нерівності. Підтвердженням описаної тенденції є дослідження проведене Harvard business school, згідно з яким 70% опитаних респондентів вважають, що для суб'єктів господарювання є «важливо» або «вкрай важливо» зробити світ кращим. Для порівняння, лише 30% стверджує, що ключовою метою діяльності підприємств є забезпечення найвищої прибутковості для акціонерів [10].

У перспективі ж інститут соціальної відповідальності виступає складовою механізму забезпечення якості та ефективності державного управління. При цьому, окрема роль у цьому механізмі відводиться представникам великого бізнесу, так як його соціально відповідальна діяльність є джерелом наповнення бюджету та сталого розвитку суспільства.

У той же час, вплив державного управління на соціальну відповідальність бізнесу обмежується лише окремими питаннями, так як кожен суб'єкт господарювання самостійно визначає свої соціальні пріоритети та здійснюється стратегічне управління відповідно до них.

Інформацію, щодо результатів впровадження соціальної відповідальності у практику діяльності підприємств, отримуємо в результаті систематизованого відображення всіх дій, пов'язаних із нею у бухгалтерському обліку. У зв'язку із динамічністю розвитку концепції соціальної відповідальності для забезпечення сталого розвитку підприємств утворюється специфічний вид бухгалтерського обліку — соціальний. На побудову системи соціального бухгалтерського обліку, в першу чергу, впливає особливість виробничого процесу та його взаємозв'язок із навколишнім середовищем.

Розуміння сутності соціального обліку, отримуємо із визначення, наведеного Левицькою С., згідно з яким соціальним обліком вважається відображення подій у господарській діяльності підприємства у межах економічних та організаційних заходів щодо використання, збереження та розвитку трудових ресурсів підприємства з урахуванням екологічного та економічного забезпечення їх впровадження [11].



Рис. 1. Складові системи соціального обліку

Джерело: розроблено автором на основі [4]

Будько О., розглядаючи облік соціальної відповідальності ідентифікує його як процес утворення систематизованих, корисних даних, з ціллю подальшого складання звітності, на основі якої відбувається характеристика діяльності підприємства, націленої на вирішення соціальних та екологічних проблем [4, с. 35].

Побудова системи соціального обліку передбачає визначення наступних складових (рис. 1).

Визначення мети соціального обліку передбачає нормативне регламентування цілей його здійснення, а саме: збереження цінностей, встановлення результатів соціально-відповідальної діяльності підприємства та задоволення запитів зацікавлених сторін шляхом надання їм систематизованої інформації щодо такої діяльності.

На основі сформованої мети визначаються завдання соціального обліку. Ключовими із них є:

1. Проведення суцільного, безперервного нагляду за економічними, екологічними та соціальними процесами у діяльності підприємства.

2. Формування передумов для надання доступу до достовірної та своєчасної інформації щодо результатів ведення бізнесом соціально відповідальної діяльності.

3. Створення інформаційної бази для планування, підтримки, стимулювання та організації діяльності підприємства у рамках впровадження соціальної відповідальності.

Суб'єктами соціального обліку виступають власне самі суб'єкти господарювання, які забезпечуються соціально відповідальною діяльністю.

Предметом обліку СВ є факти господарської діяльності, на основі яких характеризується стан

та використання наявних ресурсів підприємства, формування інформації фінансового характеру для зовнішніх та внутрішніх користувачів. Предмет обліку стосується повністю всієї господарської діяльності підприємства, яку можна віднести до соціально відповідальної.

Більшість дослідників до об'єктів соціального обліку включають витрати, які виникають в процесі виконання поставлених завдань щодо ведення соціально відповідальної діяльності. До таких витрат відносять: кошти, спрямовані на фінансування законодавчо визначеного соціального пакету, витрати на розвиток персоналу, охорону праці, формування мотиваційного фонду, утримання об'єктів соціальної сфери, які перебувають у власності суб'єкта господарювання, забезпечення якості товарів та послуг поруч із розвитком системи гарантійного та після продажного обслуговування, екологічні витрати, зокрема на охорону навколишнього середовища, відповідні екологічні платежі, благодійна та спонсорська допомога, участь у регіональних програмах розвитку, тощо [1, с. 3]. Вартісне вираження витрат, понесених в результаті виконання описаних соціальних ініціатив, а також оцінити їх результативність можна лише на основі ґрунтовної інформації. Саме тому, система соціального обліку повинна містити інформацію про вартісну оцінку втрачених на соціальні напрямки ресурсів, а також отримані доходи чи інші вигоди від них. Значення даної інформації підвищується на тлі необхідності формування соціальної звітності.

В Україні, на поточний момент, відсутня єдина нормативно-правова база регулювання соціального

обліку та звітності, тому вітчизняні підприємства при його веденні переважно керуються міжнародними стандартами бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також власним досвідом. При цьому, найбільш поширеними стандартами соціального обліку та звітності є GRI та AA1000 «Account Ability» [6, с. 41].

Стандарт Global Reporting Initiative (GRI) містить в собі кількісні показники результативності компанії за такими напрямками як економіка, екологія, соціальна політика, і є одним із найбільш поширених серед компаній, які впроваджують у свою діяльність принципи СВ. Гнучкість GRI забезпечує можливість використання індикаторів ставлення до суспільства та навколишнього середовища, не змінюючи звичайної практики ведення фінансової звітності та стратегічного планування [7, с. 150].

Стандарт AA1000 «Account Ability» виступає доповненням до стандарту GRI, так як визначає процедуру підготовки та перевірки соціального звіту, формує індикатори для його оцінки. Найважливіша ідея зазначеного стандарту — посилення підзвітності бізнесу суспільству завдяки максимальному залученню стейкхолдерів, урахуванню їхньої думки під час аналізу діяльності компанії [7, с. 151]. Стандарт має універсальний характер, проте здебільшого застосовується компаніями, діяльність яких справляє значний вплив на суспільство внаслідок особливостей технологічних процесів.

Обидва стандарти містять ефективні інструменти, щодо ведення соціального обліку та формування звітності в умовах сталого розвитку, а також є основою для планування, виконання, оцінки, інформування та перевірки якості взаємозв'язків між зацікавленими сторонами. Остаточне рішення

щодо того, яким стандартом керуватись у своїй діяльності приймає сам суб'єкт господарювання відповідно до специфіки ведення бізнесу.

Робочими рахунками для ведення обліку соціально відповідальної діяльності підприємства є наступні (табл. 1).

На основі даних із табл. 1 можемо сформулювати висновки, що аналітичні можливості діючого в Україні Плану рахунків дозволяють повною мірою відобразити соціально відповідальну діяльність підприємства. При цьому, при формуванні робочих планів рахунків необхідно керуватись принципом перевищення отриманої вигоди над витратами на ведення такого обліку. Події господарської діяльності, які неможливо виразити вартісно (напр. використання природних ресурсів, забруднення середовища) необхідно обліковувати на позабалансових рахунках або шляхом здійснення відокремлених записів. Важливим аспектом соціального обліку, є вираження соціальної спрямованості робочого плану рахунків через наказ про облікову політику підприємства.

Поруч із необхідністю обліку соціально відповідальної діяльності бізнесу неухильно крокує потреба виявляти потенційні загрози сприятливого соціального клімату, а також необхідність виявлення прихованих резервів розвитку людського капіталу. Одним із інструментів, який слугує для цих цілей є аудит. Суб'єктами проведення аудиту виступають внутрішні аудитори, якщо в штаті підприємства є відповідна посада або зовнішні аудитори представлені незалежними аудиторськими компаніями. Об'єктом аудиту соціальної відповідальності бізнесу виступають корпоративні активи, зобов'язання та витрати, які пов'язані із впливом операційної діяльності підприємства на

Таблиця 1

Робочі рахунки для ведення обліку соціально відповідальної діяльності

Код рахунку	Назва рахунку	Аналітичний рахунок для обліку соціальної діяльності	Аналітичний рахунок для обліку екологічної діяльності
23	Виробництво	232	233
39	Витрати майбутніх періодів	392	393
441	Прибуток нерозподілений	4412	4413
901	Собівартість реалізованої готової продукції	9012	9013
92	Адміністративні витрати	922	923
93	Витрати на збут	932	933
701	Дохід від реалізації готової продукції	7012	7013
791	Результат операційної діяльності	7912	7913
	Результат фінансових операцій	7922	7923
	Результат іншої діяльності	7932	7933

Джерело: розроблено автором на основі [4]

суспільство, довкіллям, рівень безпеки виробничого процесу, дотримання державних стандартів та соціальних гарантій.

Для цілей проведення аудиторської перевірки СВ використовуються наступні інформаційні джерела: записи бухгалтерських реєстрів аналітичного та синтетичного обліку, статистична, податкова, фінансова звітність, первинні документи та ін., на основі яких аудитор формує висновок щодо прояву негативних явищ у сфері СВ бізнесу.

В ході проведення аудиторської перевірки, аудитор ставить перед собою наступні завдання [9, с. 181]:

- ідентифікувати якісне сприйняття керівництва персоналом, ступінь його лояльності;
- визначення ступеня володіння працівниками інформацією про поточні та перспективні результати діяльності підприємства;
- оцінювання якості соціально-побутових умов на робочих місцях;
- виявлення факторів впливу на плинність кадрів, якщо така відстежується.

Зазначений перелік завдань не є вичерпним і може бути розширеним з урахуванням специфіки діяльності підприємства.

Весь процес проведення аудиторської перевірки СВ оформляється у вигляді робочих документів аудитора. Вимога до їх оформлення визначення міжнародним стандартом аудиту № 230 «Документація». До робочих матеріалів відносяться всі документи, які готує аудитор в ході проведення перевірки або ті документи, які попередньо підготовлені для нього чи одержані для ознайомлення в процесі роботи. При цьому, всі робочі документи зберігаються в аудитора до моменту закінчення перевірки. Важливість оформлення робочої документації зумовлена формування на її основі доказів, для підтвердження сформованого аудиторського висновку [9, с. 182].

У той же час, узагальнення результатів аудиту соціальної відповідальності в Україні стикається із рядом проблем. Це спричинено недостатньо розробленим вітчизняним системним підходом не лише до аудиту СВ, а й до його бухгалтерського обліку загалом. Так, вивчаючи міжнародний досвід можемо побачити, що окремим об'єктом аудиту СВ виступає не фінансова звітність, яка складається в результаті здійснення соціального обліку. В Україні, в свою чергу, відстежується низький рівень якості та інформаційної змістовності соціальної звітності, що є наслідком неповного впровадження міжнародних стандартів у вітчизняну практику. У зв'язку із цим, очікується, що подальше впровадження між-

народних стандартів обліку та аудиту соціальної відповідальності повинно спричинити позитивний вплив на планування, формування стратегії соціально відповідальної діяльності бізнесу та формування не фінансової звітності.

Головною ціллю аудиту СВ виступає виявлення прогалин та формування рекомендацій по підвищенню соціальних та екологічних досягнень бізнесу. Нефінансова звітність в цьому відіграє одну із базових ролей, так як повинна вміщувати інформацію про управління персоналом, охорону праці, техніку безпеки, систему управління ризиками підприємства, заходи по охороні навколишнього середовища, взаємодію із зацікавленими сторонами та ін. Допоки в Україні така інформативна звітність відсутня, аудит соціальної відповідальності носитиме лише загальний характер і не зможе врахувати всі аспекти соціально спрямованої діяльності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи проведене дослідження, можемо сформулювати висновки, що збільшення вимог суспільства щодо діяльності суб'єктів господарювання втілюється у поширення принципів соціальної відповідальності у практику ведення бізнесу, що у перспективі є основою сталого розвитку бізнесу. У таких умовах, надзвичайно важливим є відстеження ефекту від вжитих заходів соціального спрямування порівняно із витратами на їх фінансування. Таку інформацію отримуємо в результаті ведення бухгалтерського обліку соціальної відповідальності який отримує назву соціальний облік.

На поточний момент в Україні соціальний облік здійснюється із використанням діючого Плану рахунків, шляхом відображення операцій по субрахунках наступних рахунків: 23, 39, 44, 90, 92, 93, 70, 79. Окрім того, в умовах відсутності єдиної нормативно-правової бази регулювання соціального обліку, вітчизняні підприємства при організації соціального обліку керуються міжнародними стандартами GRI та AA1000 «Account Ability».

Для виявлення загроз формування сприятливого соціального клімату на систематичній основі необхідно проводити аудит соціальної відповідальності. Суб'єктами аудиту виступають самі працівники підприємства або спеціалісти, залучені з аудиторських компаній. При цьому джерелами інформації для проведення аудиту є дані соціального обліку у вигляді записів бухгалтерських реєстрів аналітичного та синтетичного обліку, а також всі види звітності, які містять інформацію про соціально відповідальну діяльність підприємства. Окрім активів, зобов'язань та витрат під-

приємства, які пов'язані із впливом операційної діяльності підприємства на суспільство, довкіллям, рівень безпеки виробничого процесу, дотримання державних стандартів та соціальних гарантій об'єктом аудиту повинна також виступати не фінансова звітність. Проте в Україні на даний момент єдиний підхід до її формування відсутній,

що негативно впливає на якість та можливості аудиту СВ. Подальші перспективи розвитку бухгалтерського обліку та аудиту соціальної відповідальності в Україні можливо забезпечити лише шляхом врахування міжнародного досвіду та формування на його основі нормативно-правової бази їх здійснення.

Література

1. Руденко О., Кондратюк О., Горєва А. Соціальна відповідальність бізнесу: сутність, обліковий аспект та не фінансова звітність // Ефективна економіка. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf (дата звернення 22.06.2022).
2. Пушкар М., Голінач Л. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика: монографія. Тернопіль: Карбланш, 2018. 215 с.
3. Кузьмін О., Станасюк Н., Уголькова О. Соціальна відповідальність бізнесу: поняття, типологія та чинники формування // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2021. № 2 (6). С. 56–63.
4. Будько О. Облік соціальної відповідальності діяльності як інформаційна основа управління сталим розвитком підприємства // Економічна наука. 2016. № 20. С. 33–38.
5. Камінська І., Хома С., Чучук Ю. Соціальний облік як інформаційна база реалізації концепції соціальної відповідальності бізнесу // Галицький економічний вісник. 2019. № 5 (60). С. 121–128.
6. Герасименко О. Соціальний облік та не фінансова звітність як інструменти реалізації соціальної відповідальності // Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2012. № 137. С. 39–43.
7. Король С. Курбет М. Облік соціальної відповідальності підприємств України // Scientific collection «Inter-conf». 2020. № 1(34). С. 148–452.
8. Король С., Ромашко О. Корпоративна соціальна відповідальність у стратегіях трансферного ціноутворення // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2022. № 3. С. 4–18.
9. Гнатишин Л., Костирко І., Прокопишин О., Малецька О. Аудит соціальної відповідальності бізнесу // Соціальні аспекти аграрної політики. 2020. doi: <https://doi.org/110.31734/economics2020.27.178> (дата звернення 24.06.2022).
10. Stobierski T. 15 eye-opening corporate social responsibility statistics // Harvard business school online. 2021. URL: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics> (дата звернення 24.06.2022).
11. Левицька С.О. Соціальний облік: методичний підхід та організаційне забезпечення // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2014. № 797. С. 255–262. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_36 (дата звернення 24.06.2022).

References

1. Rudenko, O., Kondratjuk, O., Ghorjeva, A. (2020). Socialjna vidpovidalnistj biznesu: sutnistj, oblikovyj aspekt ta ne finansova zvitnistj. Efektyvna ekonomika, 11, available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/104.pdf (Accessed 22 June 2022).
2. Pushkar, M., Gholinach, L. (2018). Socialjna vidpovidalnistj biznesu: teorija i praktyka: monoghrafija. Kartblansh: Ternopilj, 215 p.
3. Kuzjmin, O., Stanasjuk, N., Ugholjkova, O. (2021). Socialjna vidpovidalnistj biznesu: ponjattja, typologhija ta chynnyky formuvannja. Menedzhment ta pidpryjemnytvo v Ukrajini: etapy stanovlennja ta problemy rozvytku, 2(6), pp. 56–63.
4. Budjko, O. (2016). Oblik socialjnoji vidpovidalnosti dijalnosti jak informacijna osnova upravlinnja stalym rozvytkom pidpryjemstva. Ekonomichna nauka, 20, pp. 33–38.
5. Kaminsjka, I., Khoma, S., Chuchuk, Ju. (2019). Socialjnyj oblik jak informacijna baza realizaciji koncepciji socialjnoji vidpovidalnosti biznesu // Ghalycjkyj ekonomichnyj visnyk, 5(60), pp. 121–128.
6. Gherasymenko, O. (2012). Socialjnyj oblik ta ne finansova zvitnistj jak instrumenty realizaciji socialjnoji vidpovidalnosti. Visnyk Kyjivskogho nacionaljnogho universytetu im. Tarasa Shevchenko, 137, pp. 39–43.

-
7. Korolj, S. (2020). Kurbet M. Oblik socialjnoji vidpovidalnosti pidpryjemstv Ukrainy. Scientific collection «Interconf», 1(34), pp. 148–452.
8. Korolj, S., Romashko, O. (2022). Korporatyvna socialjna vidpovidalnistj u strateghiyakh transfernogho cinoutvorennya. Zovnishnja torghivlja: ekonomika, finansy, pravo, 3, pp. 4–18.
9. Ghnatyshyn, L., Kostyrko, I., Prokopyshyn, O., Malecika, O. (2020). Audyt socialjnoji vidpovidalnosti biznesu // Socialjni aspekty aghrarnoji polityky, doi: <https://doi.org/110.31734/economics2020.27.178> (Accessed 24 June 2022).
10. Stobierski, T. (2021). 15 eye-opening corporate social responsibility statistics. Harvard business school online, available at: <https://online.hbs.edu/blog/post/corporate-social-responsibility-statistics> (Accessed 24 June 2022).
11. Levycjka, S.O. (2014). Socialjnyj oblik: metodychnyj pidkhid ta orghanizacijne zabezpechennja. Visnyk Nacionalnogho universytetu «Ljvivsjka politehnika», 797, pp. 255–262, available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2014_797_36 (Accessed 24 June 2022).

Fayvishenko Diana

*Doctor of Economic Sciences,
Head of the Department of Journalism and Advertising
State University of Trade and Economics*

Файвішенко Діана Сергіївна

*доктор економічних наук,
завідувач кафедри журналістики та реклами
Державний торговельно-економічний університет*

Файвишенко Диана Сергеевна

*доктор экономических наук,
заведующий кафедры журналистики и рекламы
Государственный торгово-экономический университет*

ORCID: 0000-0001-7880-9801

Kryshtal Bohdana

*Student of the Department of Journalism and Advertising
State University of Trade and Economics*

Кришталь Богдана Олександрівна

*студентка кафедри журналістики та реклами
Державного торговельно-економічного університету*

Крышталь Богдана Александровна

*студентка кафедры журналистики и рекламы
Государственного торгово-экономического университета*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8103

STRATEGIES OF MARKETING ONLINE COMMUNICATIONS OF UKRAINIAN CINEMAS: THE BEST ADVERTISING CASES

СТРАТЕГІЇ МАРКЕТИНГОВИХ ОНЛАЙН-КОМУНІКАЦІЙ УКРАЇНСЬКИХ КІНОТЕАТРІВ: НАЙКРАЩІ РЕКЛАМНІ KEYСИ

СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГОВЫХ ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИЙ УКРАИНСКИХ КИНОТЕАТРОВ: ЛУЧШИЕ РЕКЛАМНЫЕ KEYСЫ

Summary. Introduction. Modern marketing communications are the basis of promising business and promotion of its services. Along with the development of technology and the digitalization of society, advertising on the Internet is in great demand. Especially now, with the martial law in the country, advertising using offline communications is impossible, so companies are forced to master new platforms to promote their products and implement online communications to attract audiences.

Purpose. The purpose of the study is to determine marketing approaches to the promotion of Ukrainian cinema chains through online communications, analysis of advertising in social networks, the selection of tools and channels of promotion, taking into account the factors of external and internal environment.

Materials and methods. The research materials are 1) works of foreign and domestic scientists who conducted research in the field of marketing, imageology and brand management; 2) use of Internet resources, in particular the official websites of creative and media agencies; 3) statistics of the annual report on the number of Internet users, in particular in Ukraine.

The following scientific methods were used in the research process: system approach (definition of a cinema chain as a system, all objects of which are interconnected); method of analysis and synthesis (study of all individual tools of promotion, which

together constitute a common system of marketing communications of the cinema); case method (for a detailed analysis of the advertising activities of individual cinemas in wartime); generalization (formation of research results).

Results. The article fully covers the theoretical, methodological and practical aspects of the process of promoting cinema chains through online communications in the media space. The main channels and tools for promoting online communications are identified, marketing strategies for communication activities of cinema chains in social networks are analyzed.

Discussion. In the following scientific researches the analysis of the general system of marketing communications of cinema chains, development of the differentiated strategy of marketing communications, definition of target landmarks of advancement is offered. This will provide an opportunity to improve the promotion strategy, increase the effectiveness of advertising, expand the audience and establish communication with it.

Key words: cinema, cinema chains, advertising, advertising campaigns, communications, promotion, social networks, content, marketing strategies.

Анотація. Вступ. Сучасні маркетингові комунікації є основою перспективного ведення бізнесу та просування його послуг. Разом із розвитком технологій та диджиталізацією суспільства має попит реклама в мережі Інтернет. Особливо зараз, в умовах воєнного стану в країні, реклама з використанням офлайн-комунікацій є досить складною, тому підприємства змушені опановувати нові платформи для просування своєї продукції для посилення онлайн-комунікації щодо залучення аудиторії.

Мета дослідження є визначення підходів формування маркетингових стратегій щодо просування українських мереж кінотеатрів за допомогою онлайн-комунікацій, аналіз рекламної діяльності в соціальних мережах, виокремлення інструментів та каналів просування з урахуванням факторів впливу зовнішнього та внутрішнього середовища.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є науково-практичні доробки провідних вчених, що проводили наукові дослідження у сфері рекламної діяльності, маркетингу та бренд менеджменту; використання інтернет-ресурсів, зокрема офіційних сайтів креативних та медіа агенцій; статистичні дані щорічного звіту щодо кількості користувачів Інтернету, зокрема в Україні.

У процесі дослідження були використані такі наукові методи: системний підхід (визначення мережі кінотеатрів як системи, усі об'єкти якої взаємопов'язані); метод аналізу і синтезу (аналіз усіх окремих інструментів просування, що разом становлять загальну систему маркетингових комунікацій кінотеатру); кейс-метод (для детального аналізу рекламної діяльності окремих кінотеатрів в умовах воєнного часу); узагальнення (формування результатів дослідження).

Результати. У статті висвітлено теоретико-методичні та практичні аспекти процесу просування мереж кінотеатрів за допомогою онлайн-комунікацій у медіапросторі. Виокремлено основні канали та інструменти просування онлайн-комунікацій, проаналізовані маркетингові стратегії комунікаційної діяльності мереж кінотеатрів у соціальних мережах.

Перспективи. Перспективами подальших досліджень є аналіз загальної системи маркетингових комунікацій мереж кінотеатрів, розробка диференційованої стратегії маркетингових комунікацій, визначення цільових орієнтирів просування. І як наслідок, можливість удосконалення стратегії просування, підвищення ефективності рекламної діяльності, розширення аудиторії та налагодження з нею комунікацію.

Ключові слова: кінотеатр, мережа кінотеатрів, реклама, рекламні кампанії, комунікації, просування, соціальні мережі, контент, маркетингові стратегії.

Аннотация. Введение. Современные маркетинговые коммуникации являются основой перспективного ведения бизнеса и продвижения его услуг. Вместе с развитием технологий и диджитализацией общества пользуется большим спросом реклама в Интернете. Особенно сейчас, в условиях военного положения в стране, реклама с использованием офлайн-коммуникаций невозможна, поэтому предприятия вынуждены внедрять новые платформы для продвижения своей продукции и новые онлайн-коммуникации для привлечения аудитории.

Цель. Целью исследования является определение маркетинговых подходов к продвижению украинских сетей кинотеатров посредством онлайн-коммуникаций, анализ рекламной деятельности в социальных сетях, анализ инструментов и каналов продвижения с учетом факторов влияния внешней и внутренней среды.

Материалы и методы. Материалами исследования являются: труды зарубежных и отечественных ученых, проводивших научные исследования в сфере рекламной деятельности, маркетинга и бренд менеджмента; использование интернет-ресурсов, в том числе официальных сайтов креативных и медиа агентств; статистические данные ежегодного отчета о количестве пользователей Интернета, в частности, в Украине.

В процессе исследования были использованы следующие методы: системный подход (определение сети кинотеатров как системы, все объекты которой взаимосвязаны); метод анализа и синтеза (изучение всех отдельных инструментов продвижения, которые вместе составляют общую систему маркетинговых коммуникации кинотеатра); кейс-метод (для

подробного анализа рекламной деятельности отдельных кинотеатров в условиях военного времени); обобщение (формирование результатов исследования).

Результаты. В статье полностью отражены теоретико-методические и практические аспекты процесса продвижения сетей кинотеатров с помощью онлайн-коммуникаций в медиaprостранстве. Выделены основные каналы и инструменты продвижения онлайн-коммуникаций, проанализированы маркетинговые стратегии коммуникационной деятельности сетей кинотеатров в социальных сетях.

Перспективы. В последующих научных исследованиях предлагается анализ общей системы рекламных коммуникаций сетей кинотеатров, разработка дифференцированной стратегии рекламных коммуникаций, определение целевых ориентиров продвижения. Это позволит усовершенствовать стратегию продвижения, повысить эффективность рекламной деятельности, расширить аудиторию и наладить с ней коммуникацию.

Ключевые слова: кинотеатр, сеть кинотеатров, реклама, рекламные кампании, коммуникации, продвижение, социальные сети, контент, маркетинговые стратегии.

Introduction. Today, in the context of global digitalization, cinema chains are mastering new channels and tools of promotion, which requires more detailed research, identification of competitive advantages, development of a mechanism for creating a strategy of marketing communications with relevant goals and objectives.

Analysis of recent researches and publications. The phenomenon of marketing communications has been studied in the works of both foreign and national scientists, in particular: D. Chaffey [1], G. Heim [2], G. Pocheptsov [3], O. Garachkovska [4], A. A. Mazaraki [5], and others.

The purpose of the article. Analysis of the promotion of cinema chains through online communications, taking into account the factors influencing the external and internal environment.

Materials and methods. The research materials are 1) works of foreign and domestic scientists who conducted research in the field of marketing, imageology and brand management; 2) use of Internet resources, in particular the official websites of creative and media agencies; 3) statistics of the annual report on the number of Internet users, in particular in Ukraine.

The following scientific methods were used in the research process: system approach (definition of a cinema chain as a system, all objects of which are interconnected); method of analysis and synthesis (study of all individual tools of promotion, which together constitute a common system of marketing communications of the cinema); case method (for a detailed analysis of the advertising activities of individual cinemas in wartime); generalization (formation of research results).

Results. In today's world, an enterprise that aims to succeed and make the desired profit must not only communicate with its potential customers, but also reach new segments. To do this, there are

marketing tools and activities aimed at informing and encouraging the target audience to purchase goods or services, forming and increasing loyalty to the company and creating a positive image in the market.

Today, advertising is the main tool of marketing communications, which is used for promotion of goods or services of the enterprise and helps to maintain communication with consumers. This can be outdoor advertising, print advertising, advertising on the Internet, POS-materials etc [7]. At present, society is a witness and direct participant of the digital transformation — digitalization, so online advertising is becoming more widespread. Advertising on the Internet can look like videos on the YouTube platform, Push-messages, Pop-Up and Pop-Under, advertising on social networks, e-mail marketing. This type of advertising is effective due to the number of consumers — according to Digital 2022 Global Statshot, the number of Internet users is more than 5 billion people [15]. As of the end of 2021, there were about 30 million Internet users in Ukraine [12]. Every day, while scrolling through social media pages, listening to music or watching videos on YouTube, they repeatedly come across different types of advertising: recording for a free webinar, a new track by a music artist, law firm services, a new brand collection and more. According to 2021, a Ukrainian spends an average of 1,24 hours watching videos and sees about 20 video ads a day [10]. Red Crow Marketing experts report that Internet users can watch 5000–11000 advertisements every day. At one time, marketing specialist Ron Marshall conducted an experiment that was to record the number of advertisements he saw during the day. Only during breakfast he counted almost 500 ads and decided to end the experiment. One more experiment was conducted by famous YouTuber TheDanocracy. He clicked on every online ad

and bought all the things offered to him. So he spent about \$1000 in less than an hour. This shows that the creators of advertising force us to buy services, goods and even lifestyle.

As for the promotion of the cinema chains through advertising, it is carried out through offline and online communications [16]. Offline communications include:

- outdoor advertising (billboards, advertising on transport, in the subway);
- use of POS-materials;
- various promotions in the cinema;
- organization of events with pre-premiere screenings;
- children's holidays, master classes, etc.
- Online communications include:
- cinema site with information about the schedule of sessions and the opportunity to purchase a ticket;
- maintaining pages in social networks;
- use of chatbots;
- own mobile application;
- E-mail marketing;
- contextual advertising.

According to Media Resources Management, the amount of cinemas in Ukraine at the end of December 2021 was 22 chains [8]. There are several

chains which predominate in the number of cinemas. They are Multiplex (30), FilMax (12), Premiera (10), Kyivkinofilm (10), Planeta Kino (9) (Fig. 1). These chains are also in the top by the number of halls.

Consider online communication on the example of Multiplex cinemas. The mission of Multiplex is to be the leader of information about cinema in Ukraine, to tell the audience all the relevant information about the world of cinema, to publish announcements of premieres and to acquaint the viewer with non-obvious stories. "As a rule, this is the content that is most interesting for subscribers of Multiplex social networks,"- says Beata Nagaeva who is marketing manager for film promotion. This cinema chain uses many channels and tools for online promotion, based on omnichannel content. In communication with customers, Multiplex actively uses four channels [13]:

- Mobile push messages;
- Emails;
- Viber messages;
- SMS.

Collaborating with search and media campaigns is another way Multiplex uses to promote. This cinema chain pays special attention to personalization. Location or information about favorite cinema is

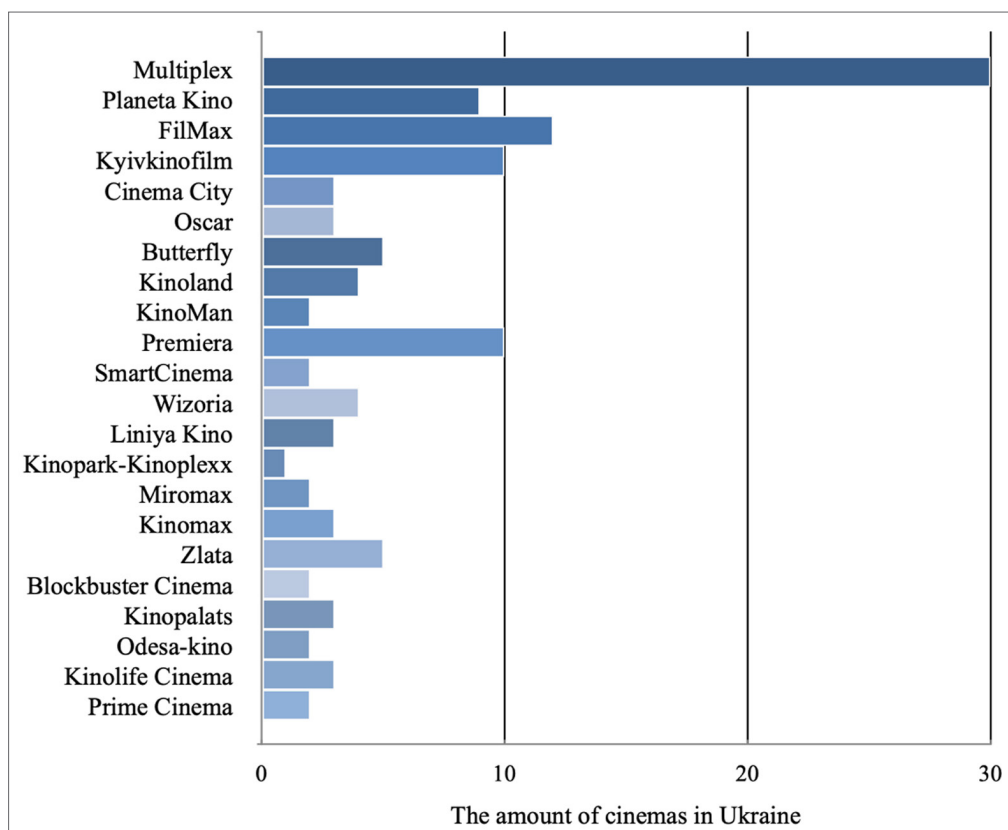


Fig. 1. The amount of cinemas in Ukraine

Source: developed by the author based on [8]

used in both automated and promotional mailings. These mailings in Multiplex are created as a weekly digest. It selects top movies, premiere news, special events and other interesting offers. Multiplex social networks are a convenient platform where the visitor can find the latest movie news, see excerpts from movies and favorite actors in the posts, follow the premieres and special offers without the use of additional search services.

The Multiplex has a large number of cases of successful advertising campaigns. Among them is a campaign created by the creative agency Taktika, which encourages people to come to cinemas and kiss [9]. This is due to the fact that in February-March the number of cinemagoers usually increases as people come here on dates. Therefore, the new campaign received the slogan “In the Multiplex popcorn-bouquet period. Come kiss”. The ad shows a variety of love and kisses, including members of the LGBT community. Such communication reaches the widest possible audience.

The next object to research is the Planeta Kino. As of 2020, Planeta Kino sold 5 million tickets and had 750 000 active customers per year, which corresponded to 20% of the Ukrainian market [6]. Today it is a business that promotes its product in the digital field, working with Netpeak. The chain actively uses omnichannel content, promotes it on various platforms and on a regular basis, including on its website and in the mobile application. Although the app is a tool that does not advertise the cinema, it is needed to distribute content. Among the channels of communication with customers can be distinguished social networks (Instagram, Facebook, Telegram), push-messages in the mobile application, direct communications, Google and Facebook platforms are used for paid promotion [13]. Nowadays, during the war, Planeta Kino has almost no budgets, so it works primarily through communication with customers from the CRM database, as well as in social networks. The number of registered customers is about 1 million and hundreds of thousands of mobile application users [6]. The network actively uses the Sales Force Marketing Cloud to automate communications across all channels.

In 2019, the network launched 2 large advertising campaigns. One of them was created by the VERTIGO agency in the form of a series of three videos about the competitive advantages of CINE-TECH + halls [14]. The main characters of the advertisement were human eyes, ears and buttocks

dressed in trousers. This project also received comprehensive support in digital — as part of the promo, a website and a banner campaign were developed. Another case of successful advertising is the cooperation with Ragnarok agency, which has developed a new positioning of the chain. The main message of the advertising campaign was the slogan — “Planet Cinema is SOMETHING!”. Also as part of the campaign, the Family Production team created videos in the form of movie trailers.

Following the foreign experience, the niche of cinema chains is replenished with innovative players. Among them is SunSet Cinema — a project created in 2018 as the first Ukrainian open-air cinema. Initially, the cinema was positioned as a platform for watching movie by the sea. Later, such locations began to be placed on the roofs of houses. Now there are 5 outdoor areas in Odessa and Kyiv, in the cold season they change into the cinema in an atmospheric room called Christmas story. Despite little experience in the field of cinema, SunSet Cinema sells 25,000 tickets from two projects — summer and Christmas [11].

The main tool for promoting cinema is its visitors. They take photos, shoot videos, write reviews and share this content on their social networks. In this way, they attract their friends to come with them to the sessions. Currently, the cinema is just beginning to use omnichannel content in communication with the audience, but actively publishes content on such social networks and messengers as Instagram, Facebook, TikTok and Telegram-channel with bonuses for subscribers [13]. These can be session tickets, doubling dishes on the menu, popcorn, etc. The network also uses targeted advertising and partnerships with other projects to diversify the program. For example, regular sessions in English and the opportunity to communicate with a native-speaker.

Conclusions. Summarizing all the material, taking into account the case method, it should be noted that the phenomenon of digitalization has affected the promotion of cinemas, resulting in an increase in the number of contextual advertising for interests and search queries on Google, promoting mobile applications and implementing loyalty programs.

Prospects for further research are the analysis of the general system of marketing communications of cinema chains, the development of a differentiated strategy of marketing communications, and the determination of target orientations for promotion.

Literature

1. Chaffey D. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick, K. Johnston, R. Mayer. 4th ed. Pearson, 2008.
2. Gregory R. Heim. Website Efficiency, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Customer Value Driven Perspective / Gregory R. Heim, Mei Xue, Patrick T. Harker // Penn State College of Information Sciences and Technology. December, 2000.
3. Почепцов Г. Іміджологія / Георгій Почепцов. Київ: Ваклер, 2000. 256 с.
4. Garachkovska O., Sytnyk O., Fayvishenko D., Taranskiy I., Afanasieva O., Prosianyk O. Strategic Management of Brand Positioning in the Market Advances in Science // Technology and Engineering Systems Journal. 2021. Vol. 6, No. 1. P. 947–953. URL: www.astesj.com (Scopus)
5. Mazaraki A., Tarasiuk M., Solonenko Y., Galenko O., Lysyniuk M., Fayvishenko D. Strategic brand management in the market // Estudios de Economia Aplicada. Volum 39-5. ISSN 1133-3197. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4829/4740> (Scopus та ін.).
6. “Планета Кіно”, Вектор нової реальності [Електронний ресурс]. 2022. URL: <https://vctr.media/ua/dmytro-derkach-planeta-kino-pro-marketyng-strategiyi-novoyi-realnosti-ta-antykryzovi-zahody-biznesu-144197/>.
7. Косенков С. Що таке реклама: її види, цілі і завдання [Електронний ресурс] / Сергій Косенков. 2022. URL: <https://biznecat.com/informatsiia/39-shcho-take-reklama.html>
8. Косенков С. Що таке реклама: її види, цілі і завдання [Електронний ресурс] / Сергій Косенков. 2022. URL: <https://biznecat.com/informatsiia/39-shcho-take-reklama.html>
9. Multiplex запрошує ходити в кіно, щоб цілуватися [Електронний ресурс] / Ангеліна Мачулка. 2022. URL: <https://bazilik.media/multiplex-zaproshuie-khodyty-v-kino-shchob-tsilyuvatysia/>
10. Медійна реклама 2021. Українці дивляться в два рази більше відеореклами, ніж в 2019 році — дослідження [Електронний ресурс]. 2021. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/tech/reklamniy-rinok-video-reklama-za-rik-zrosla-na-29-auditoriya-tiktok-v-p-yat-raziv-50163223.html>
11. Історія кінотеатру на березі моря, який став прибутковим бізнесом [Електронний ресурс] / Ірина Пельц. 2020. URL: <https://omere.city/articles/116215/kinoteatr-na-plyazhi-v-odesi-istoriya-uspihu-biznesu>.
12. Плюс 2 млн. користувачів. Чим українці займаються в Інтернеті у 2021 році [Електронний ресурс]. 2021. URL: <https://focus.ua/uk/digital/491571-plyus-2-mln-koristuvachiv-chim-ukrajinci-zaymayutsya-v-interneti-u-2021-roci-infografika>.
13. Як комунікують кінотеатри [Електронний ресурс] / Лариса Ракша. 2021. URL: <https://bazilik.media/iak-komunikuiut-kinoteatry/>
14. “Планети кіно” VERTIGO [Електронний ресурс]. 2019. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/u-reklami-dlja-planeti-kino-vertigo-rozpovila-chogo-bazhajut-vuha-ochi-j-sidnici-v-kinoteatri/>
15. Digital 2022. [Електронний ресурс] / Любомир Шкіль. 2022. URL: <https://ain.ua/2022/04/30/zvit-digital-2022/>
16. Штанова А. Мережі кінотеатрів: маркетингові комунікаційні інструменти [Електронний ресурс] / Альона Штанова. 2022. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/04/8.pdf>

References

1. Chaffey D. Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice / D. Chaffey, F. Ellis-Chadwick, K. Johnston, R. Mayer. 4th ed. Pearson, 2008.
2. Gregory R. Heim. Website Efficiency, Customer Satisfaction and Customer Loyalty: A Customer Value Driven Perspective / Gregory R. Heim, Mei Xue, Patrick T. Harker // Penn State College of Information Sciences and Technology. December, 2000.
3. Pochepstov G. Imidgelogia (2000) [Imidgelogia]. K.: Vacner, 2000. 256 p.
4. Garachkovska O., Sytnyk O., Fayvishenko D., Taranskiy I., Afanasieva O., Prosianyk O. Strategic Management of Brand Positioning in the Market Advances in Science // Technology and Engineering Systems Journal. 2021. Vol. 6, No. 1. P. 947–953. URL: www.astesj.com (Scopus)
5. Mazaraki A., Tarasiuk M., Solonenko Y., Galenko O., Lysyniuk M., Fayvishenko D. Strategic brand management in the market // Estudios de Economia Aplicada. Volum 39-5. ISSN 1133-3197. URL: <http://ojs.ual.es/ojs/index.php/eea/article/view/4829/4740> (Scopus та ін.).
6. Vector novoi ralnosti. URL: <https://vctr.media/ua/dmytro-derkach-planeta-kino-pro-marketyng-strategiyi-novoyi-realnosti-ta-antykryzovi-zahody-biznesu-144197/> (accessed at: 17 june 2022).

-
7. Kosenkov S. Shcho take reklama: yii vydy, tsili i zavdannia. URL: <https://biznecat.com/informatsiia/39-shcho-take-reklama.html> (accessed at: 17 june 2022).
 8. Iak rozvyvaiutsia merezhi kinoteatriv v Ukraini. URL: <https://rau.ua/novyni/top-20-kinoteatriv-ukraini/> (accessed at: 17 june 2022).
 9. Multiplex. URL: <https://bazilik.media/multiplex-zaproshuie-khodyty-v-kino-shchob-tsiluvatysia/>
 10. Mediina reklama 2021/2022. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/tech/reklamniy-rinok-video-reklama-za-rik-zrosla-na-29-auditoriya-tiktok-v-p-yat-raziv-50163223.html> (accessed at: 20 june 2022).
 11. Istoriia kinoteatru na berezi moria, yakyi stav prybutkovym biznesom. URL: <https://omore.city/articles/116215/kinoteatr-na-plyazhi-v-odesi-istoriya-uspihu-biznesu> (accessed at: 20 june 2022).
 12. Plius 2 mln korystuvachiv. Chym ukraintsi zaimaiutsia v interneti u 2021 rotsi. URL: <https://focus.ua/uk/digital/491571-plyus-2-mln-korystuvachiv-chim-ukrajinci-zaymayutsya-v-interneti-u-2021-roci-infografika> (accessed at: 20 june 2022).
 13. Yak komunikuiut kinoteatry. URL: <https://bazilik.media/iak-komunikuiut-kinoteatry/> (accessed at: 20 june 2022).
 14. “Planeta kino” VERTIGO. URL: <https://creativity.ua/marketing-and-advertising/u-reklami-dlja-planeti-kino-vertigo-rozpovila-chogo-bazhajut-vuha-ochi-j-sidnici-v-kinoteatri/> (accessed at: 20 june 2022).
 15. Digital 2022. URL: <https://ain.ua/2022/04/30/zvit-digital-2022/> (accessed at: 20 june 2022):
 16. Shtanova A. Merezhi kinoteatriv: marketynhovi komunikatsiini instrumenty. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2019/04/8.pdf> (accessed at: 20 june 2022).

Маркович Ірина Богданівна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя

Маркович Ирина Богдановна

кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры экономики и финансов

Тернопольский национальный технический университет имени Ивана Пулюя

Markovych Iryna

PhD in Economics, Docent

Ternopil Ivan Puluj National Technical University

ORCID: 0000-0003-4585-722X

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8088

ОСОБЛИВОСТІ КОГНІТИВНОГО МАРКЕТИНГУ В ПОВЕДІНКОВІЙ ЕКОНОМІЦІ

ОСОБЕННОСТИ КОГНИТИВНОГО МАРКЕТИНГА В ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКЕ

FEATURES OF COGNITIVE MARKETING IN BEHAVIORAL ECONOMY

Анотація. У статті розглянуто передумови виникнення когнітивного маркетингу на межі економіки та психології. Показано основні зміни у підходах до підприємництва сьогодні, наприклад виробничо-збутовий цикл набув ознак більш персоналізованого щодо споживача, і це знаходить своє відображення у бізнес-процесах постачальників, виробників, посередників, покупців та поведінці безпосередніх споживачів.

Показано, що когнітивний маркетинг, на відміну від традиційного, не передбачає виключно аналізу вже наявних потреб потенційних споживачів, а орієнтований на формування цих потреб через поширення ідей певного стилю життя та споживання. Тобто, попит на товар є наслідковим ефектом від раніше сформованої споживчої поведінки.

Подана інформація щодо відмінностей у концепціях традиційного та когнітивного маркетингу, зокрема акцент зроблений на моменті формування цінності – цінність товару чи послуги може бути сформована самим виробником чи продавцем ще до моменту продажу, а не споживачем після використання товару чи отримання послуги.

У статті побудовано схему процесу формування споживчої свідомості компанії, яка впроваджує елементи когнітивного маркетингу. Вона складається із таких елементів: надання інформації та знань споживачу про певний стиль життя та споживання; формування нових потреб споживача; позиціонування компанії через призму можливостей задоволення нових потреб споживача.

Наведено класифікацію інструментів когнітивного маркетингу. В найбільш загальному групуванні усіх їх можна поділити на 2 групи: інструментальні та соціально-психологічні.

Розглянуто особливості деяких інструментів, які можуть бути застосовані у маркетинговій діяльності підприємств, зокрема методика досліджень ZMET, яка відноситься до соціально-психологічної групи.

Доведено, що когнітивний маркетинг є відносно молодою, проте, надзвичайно цікавою та практично орієнтованою наукою, результати досліджень у якій можуть бути використані в роботі великої кількості суб'єктів господарювання з метою підвищення ефективності їхньої діяльності.

Ключові слова: когнітивний маркетинг, нейромаркетинг, поведінкова економіка.

Аннотация. В статье рассмотрены предпосылки возникновения когнитивного маркетинга на грани экономики и психологии. Показаны основные изменения в подходах к предпринимательству сегодня, например производственно-сбытовой цикл приобрел признаки более персонализированного по отношению к потребителю, и это находит свое отражение в бизнес-процессах поставщиков, производителей, посредников, покупателей и поведении непосредственных потребителей.

Показано, что когнитивный маркетинг, в отличие от традиционного, не предполагает исключительно анализ уже имеющихся потребностей потенциальных потребителей, а ориентирован на формирование этих потребностей через распространение идей определенного стиля жизни и потребления. То есть спрос на товар является следственным эффектом от ранее сложившегося потребительского поведения.

Представленная информация об отличиях в концепциях традиционного и когнитивного маркетинга, в частности, акцент сделан на моменте формирования ценности – ценность товара или услуги может быть сформирована самим производителем или продавцом еще до момента продажи, а не потребителем после использования товара или получения услуги.

В статье построена схема процесса формирования потребительского сознания компанией, внедряющей элементы когнитивного маркетинга. Она состоит из следующих элементов: предоставление информации и знаний потребителю об определенном стиле жизни и потребления; формирование новых потребностей потребителя; позиционирование компании через призму возможностей удовлетворения новых потребностей потребителя.

Приведена классификация инструментов когнитивного маркетинга. В наиболее общей группировке всех их можно разделить на 2 группы: инструментальные и социально психологические.

Рассмотрены особенности некоторых инструментов, которые могут быть применены в маркетинговой деятельности предприятий, в частности, методика исследований ZMET, которая относится к социально-психологической группе.

Доказано, что когнитивный маркетинг относительно молодой, однако, чрезвычайно интересной и практически ориентированной наукой, результаты исследований в которой могут быть использованы в работе большого количества субъектов хозяйствования с целью повышения эффективности их деятельности.

Ключевые слова: когнитивный маркетинг, нейромаркетинг, поведенческая экономика.

Summary. The article considers the prerequisites for the emergence of cognitive marketing on the border of economics and psychology. The main changes in approaches to entrepreneurship today are shown, for example, the production and sales cycle has become more personalized for the consumer, and this is reflected in the business processes of suppliers, manufacturers, intermediaries, customers and the behavior of direct consumers.

It is shown that cognitive marketing, in contrast to traditional, does not involve only the analysis of existing needs of potential consumers, but focused on the formation of these needs through the spread of ideas of a certain lifestyle and consumption. That is, the demand for goods is a consequential effect of previously formed consumer behavior.

The information on the differences in the concepts of traditional and cognitive marketing, in particular the emphasis is on the formation of value – the value of a product or service can be formed by the manufacturer or seller before the sale, not the consumer after using the product or service.

The article outlines the scheme of the process of forming consumer consciousness by a company that implements elements of cognitive marketing. It consists of the following elements: providing information and knowledge to the consumer about a certain lifestyle and consumption; formation of new consumer needs; positioning the company through the prism of opportunities to meet new consumer needs.

The classification of cognitive marketing tools is given. In the most general grouping of all of them can be divided into 2 groups: instrumental and socio-psychological.

The peculiarities of some tools that can be used in the marketing activities of enterprises, in particular the research methodology ZMET, which belongs to the socio-psychological group, are considered.

It has been proven that cognitive marketing is a relatively young, but extremely interesting and practically oriented science, the results of which can be used in the work of a large number of businesses to improve their efficiency.

Key words: cognitive marketing, neuromarketing, behavioral economics.

Постановка проблеми. Сучасний світ підприємства різко трансформувався протягом останніх декількох десятиліть у зв'язку із поширенням та зростанням доступності різного роду технологій. Сьогодні він теж не є стабільним та усталеним. Найбільш очевидними зміни стають

при розгляді маркетингових технологій, які розробляються та впроваджуються підприємствами. Підхід до аналізу споживача змістився від сприйняття його як раціонального економічного агента, який збалансовує можливості товару задовольняти існуючі потреби із його ціною, до суб'єкта часто із

гнучкою купівельною поведінкою та можливими елементами ірраціональності.

Загалом, виробничо-збутовий цикл набув ознак більш персоналізованого щодо споживача, що відображається в бізнес-процесах постачальників, виробників, посередників, покупців та поведінці безпосередніх споживачів.

З огляду на це, виникнення теорій та практик на межі суспільних наук, зокрема когнітивного маркетингу, є цілком закономірним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження поведінкової, експериментальної економіки, а також окремі елементи когнітивного маркетингу можна знайти у працях таких науковців як Деніел Канеман [1], Амос Тверські [2], Ден Аріелі [3], Річард Талер [4] та інші.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Завданням статті є виявлення особливостей когнітивного маркетингу як міждисциплінарного напрямку розвитку економіки та психології, а також узагальнення інструментарію його реалізації.

Виклад основного матеріалу. Актуальність наук, які утворюються на стику окремих сфер наукових досліджень, зокрема психології та економіки, підтверджують надання Нобелівських премій Даніелу Канеману (2002 р.) та Річарду Талеру (2017 р.), які активно досліджували окремі аспекти поведінкової економіки.

Когнітивний маркетинг сформувався на перетині традиційного маркетингу та когнітивної психології. Очевидно, що поєднання досягнень та відкриттів економістів і психологів стає передумовою для більш повного розуміння поведінки людини та її прогнозування.

«Когнітивність» походить від латинського «cognitio», тобто пізнання, вивчення, усвідомлення, — термін, що позначає здатність людини до розумового сприйняття і переробки зовнішньої інформації. До когнітивних процесів можна віднести пам'ять, увагу, сприйняття, розуміння, мислення, прийняття рішень, тобто все, що дає можливість людині сприймати світ навколо себе [1].

Когнітивна психологія досліджує механізми пізнавальних процесів від етапу виникнення та усвідомлення стимулу до етапу заключної реакції на стимул. Ці дослідження є надзвичайно важливими для застосування в економіці, адже дозволяють зрозуміти як саме людина діє.

Маркетинг часто визначається як діяльність, набір інститутів і процесів для створення, комунікацій, доставки та обміну пропозиціями, які мають цінність для клієнтів, партнерів і суспільства в цілому [2].

Отже, когнітивний маркетинг — це міждисциплінарний напрям, який поєднує когнітивну психологію, поведінкову економіку, класичний маркетинг, який за допомогою такої синергії дозволяє глибше зрозуміти споживчу поведінку та розширити інструменти дослідження та впливу традиційного маркетингу, допомогти побудувати ефективні маркетингові стратегії позиціонування і просування товару [1].

Цікавим є те, що у когнітивному маркетингу проходять зміщення фокусу діяльності. Когнітивний маркетинг, на відміну від традиційного, передбачає не аналіз вже наявних потреб потенційних споживачів, а формування цих потреб через поширення ідей певного стилю життя та споживання. Тобто, попит на товар є наслідковим ефектом від раніше сформованої споживчої поведінки.

З точки зору теорії когнітивного маркетингу концепція цінності розкривається через такі чотири компоненти [3]:

- когнітивну цінність;
- принцип вартісного ціноутворення та принцип адаптивного ціноутворення;
- формування цінності шляхом використання методів формування попиту на інноваційні товари;
- створення корисності товару супроводжується витратами підприємства на впровадження інноваційних товарів.

У Таблиці 1 продемонстровано різницю у концепції традиційного та когнітивного маркетингу.

Важливо, що цінність товару чи послуги може бути сформована самим виробником чи продавцем, а не споживачем після використання товару чи отримання послуги.

Формування споживчої свідомості можливе за наступною схемою (рис. 1).

Результатом реалізацій технологій когнітивного маркетингу є формування довготривалої лояльності до товару бренду, виробника чи продавця, адже утверджується певна споживча свідомість та бажання задоволення стійкої потреби.

Врахування когнітивних елементів в поведінці потенційного або наявного споживача дає можливість компанії більш чутливо реагувати на його потреби і, що важливо, формувати їх. Тобто, по суті когнітивний маркетинг є соціальною технологією, яка спрямована на сприйняття та когнітивні реакції і поведінки споживача.

При застосуванні традиційного та когнітивного маркетингу застосовуються різні технології та інструменти комунікації (рис. 2).

Розглянемо найбільш поширені інструменти когнітивного маркетингу.

Таблиця 1

Різниця в підходах до формування цінності в концепціях традиційного та когнітивного маркетингу

Концепція традиційного маркетингу	Концепція когнітивного маркетингу
Формування цінності відбувається під впливом попиту споживача	Формування цінності відбувається під час створення товару
Цінність формується кінцевим споживачем товару	Цінність формується виробником або продавцем

Джерело: сформовано на основі [1]

В найбільш загальному групуванні усіх їх можна поділити на 2 групи: інструментальні та соціально-психологічні [5].

Інструментальні методи — це дослідження змін, які відбуваються у нервовій системі піддослідного під впливом певних імпульсів або подразників. Зміни електричної активності мозку вимірюють за допомогою різних методів, зокрема ЕЕГ (електроенцефалографія), МEG (магнітоенце-

фалографія), ЕМГ (електроенцефалографія) і ТМС (магнітна стимуляція).

Активного застосування набули методи відстеження змін метаболічних процесів у мозку за допомогою фМРТ (функціональна магнітно-резонансна томографія), ПЕТ (позитронно-емісійна томографія) і МРС (магнітно-резонансна спектроскопія). Фізіологічні біометричні вимірні інструменти враховують частоту серцевих

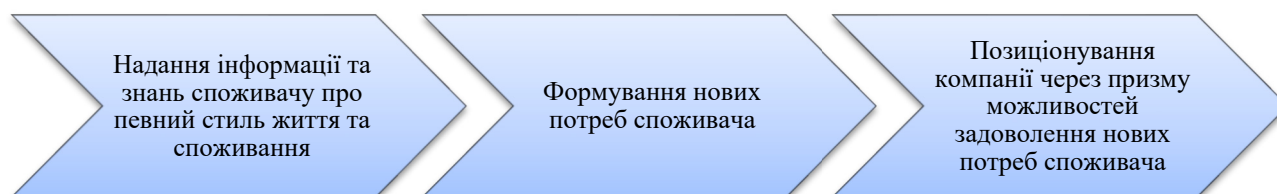


Рис. 1. Процес формування споживчої свідомості компанією, яка впроваджує елементи когнітивного маркетингу

Джерело: сформовано автором самостійно

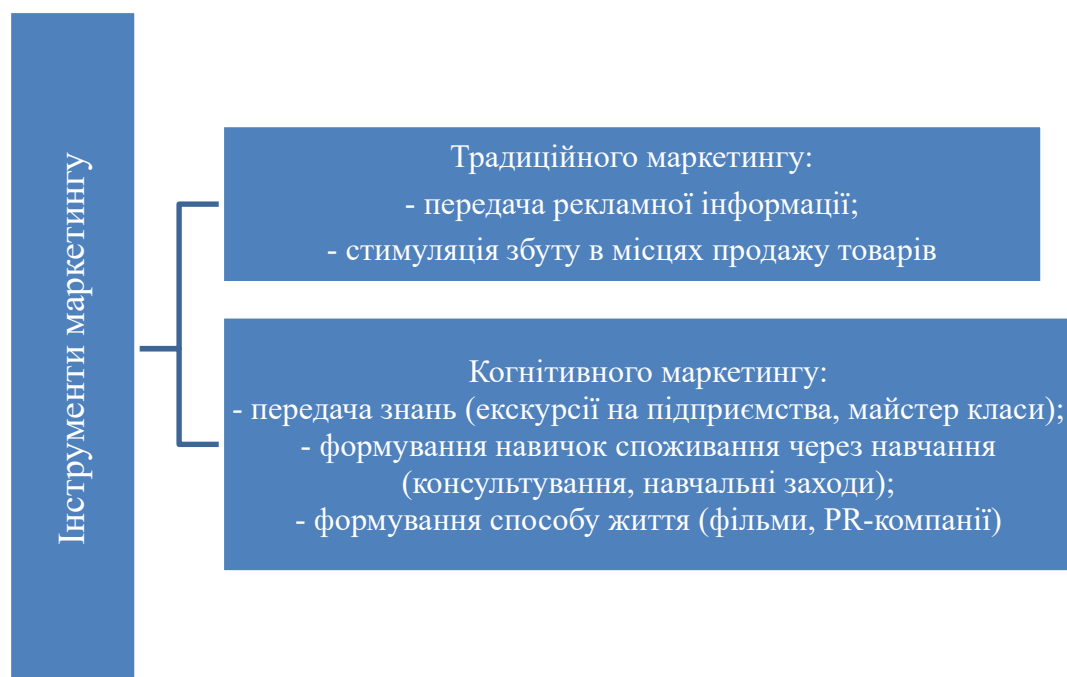


Рис. 2. Інструменти комунікації традиційного та когнітивного маркетингу

Джерело: сформовано на основі [4]

скорочень (ЕКГ), відстеження очей (eyetracking) та розпізнавання обличчя (ЕМГ).

Якщо інструментальні методи досліджень можуть бути переведені в кількісну форму, то з соціально-психологічними дослідженнями можуть виникати труднощі, адже вони базуються на суб'єктивних оцінках та інтерпретаціях.

До цієї групи відноситься методика досліджень ZMET. ZMET розшифровується як «Технологія вилучення метафори Залтмана» і була розроблена професором Гарвардської бізнес-школи Джеральдом Залтманом, професором ділового адміністрування Джозефом К. Вілсоном та співдиректором лабораторії «Розум ринку». Лабораторія розуму ринку перейшла до Olson Zaltman Associates [6].

ZMET використовує візуальні та невізуальні «зображення», зібрані та/або створені споживачами, щоб виявити та дослідити метафори, які представляють думки та почуття споживачів щодо певної теми. Таким чином, дослідники на основі проведеного аналізу можуть сформулювати певні

«конструкції сенсу» щодо певного об'єкту. Цікавим є те, що конструкції є схожими у дослідних груп, які займають приблизно однакове соціальне місце у соціумі, мають однакове культурне походження.

Важливим є репрезентативність вибірки учасників досліджень, адже цілком зрозуміло, що на метафоричність та асоціативність впливає суб'єктивний життєвий досвід, накопичений масив мисленнєвих упереджень і т.д.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Отже, когнітивний маркетинг є відносно молодю, проте, надзвичайно цікавою та практично орієнтованою наукою, результати досліджень у якій можуть бути використані в роботі великої кількості суб'єктів господарювання з метою підвищення ефективності їхньої діяльності. Перспективами подальших досліджень є аналіз поведінкових моделей прийняття рішень, адже поведінка кожного суб'єкта економічних відносин часто є нерациональною та повинна враховуватися при розробці стратегій розвитку компаній.

Література

1. Kahneman Daniel. Thinking, Fast and Slow. London: Penguin Books. 2011.
2. Kahneman D., Tversky A. Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*. 1979. № 47(2). P. 263–291. doi: <https://doi.org/10.2307/1914185>
3. Ariely Dan Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decisions Paperback — Illustrated, April 27. 2010.
4. Thaler R. H., Sunstein C. R. Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness. 2009.
5. Крикун В. А. Генеза та сутність поняття когнітивного маркетингу. Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2020. No 18(46). С. 31–38. URL: <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/view/3002/2755>
6. American Marketing Association. What is marketing? 2017. URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
7. Nitsenko V., Chukurna O., Mardani A., Streimikis J., Gerasymchuk N., Golubkova I. and Levinska T.. Montenegro Journal of Economics. 2019. Vol. 15. No. 4. P. 131–147
8. Четверик О.В. Дослідження кон'юнктури ринку устриць: стан та перспективи розвитку на засадах маркетингу. Біоекономіка і аграрний бізнес. Том 11. № 1 (2020) С. 98–110. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/view/14440>
9. Гуменна О. В., Гончарова К. О. Нейромаркетинг як інноваційний інструмент у маркетингу. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки 2018. Т. 3, Вип. 1. С. 38–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2018_3_1_9
10. Harvard University. URL: <https://projects.iq.harvard.edu/mind-of-the-market-laboratory/zmetanal>

References

1. Kahneman Daniel. (2011). Thinking, Fast and Slow. London: Penguin Books.
2. Kahneman D., & Tversky A. (1979). Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk. *Econometrica*, 47(2), 263–291. doi: <https://doi.org/10.2307/1914185>
3. Ariely Dan (2010). Predictably Irrational, Revised and Expanded Edition: The Hidden Forces That Shape Our Decisions Paperback — Illustrated, April 27
4. Thaler R. H., & Sunstein C. R. (2009). Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness.

5. Krykun V. A. (2020) Geneza ta sutnistj ponjattja koghnityvnogho marketynghu [Genesis and essence of the concept of cognitive marketing.]. Naukovi zapysky Nacionaljnogho universytetu “Ostrozjka akademija”. Serija “Ekonomika”: naukovyj zhurnal. Ostrogh: Vyd-vo NaUOA, No 18(46). S. 31–38 URL: <https://journals.oa.edu.ua/Economy/article/view/3002/2755>
6. American Marketing Association (2017).What is marketing? URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>
7. V. Nitsenko, O. Chukurna, A. Mardani, J. Streimikis, N. Gerasymchuk, I. Golubkova and T. Levinska. Montenegrin Journal of Economics, Vol. 15, No. 4 (2019), pp. 131–147.
8. Chetveryk O. V. (2020) Doslidzhennja kon’junktury rynku ustrycj: stan ta perspektyvy rozvytku na zasadakh marketynghu [Oyster market research: the state and prospects of development on the basis of marketing]. Bioekonomika i aghrarnyj biznes. Tom 11. #1 S. 98–110. URL: <http://journals.nubip.edu.ua/index.php/Bioeconomy/article/view/14440>
9. Ghumenna O. V., Ghoncharova K. O. (2018) Nejromarketyng jak innovacijnyj instrument u marketynghu. Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky. T. 3, Vyp. 1. S. 38–44. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAe_2018_3_1_9
10. Harvard University. URL: <https://projects.iq.harvard.edu/mind-of-the-market-laboratory/zmetanal>

Безверхий Костянтин Вікторович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту
Державний торговельно-економічний університет*

Безверхий Константин Викторович

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры финансового анализа и аудита
Государственный торгово-экономический университет*

Bezverkhyy Kostiantyn

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Financial Analysis and Audit
State University of Trade and Economics*

ORCID: 0000-0001-8785-1147

Юрченко Олександр Анатолійович

*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування
Національна академія статистики, обліку та аудиту*

Юрченко Александр Анатольевич

*кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры учета, аудита и налогообложения
Национальная академия статистики, учета и аудита*

Yurchenko Oleksandr

*Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Accounting, Auditing and Taxation
National Academy of Statistics, Accounting and Auditing*

ORCID: 0000-0002-8447-6510

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-7997

**СПЕЦІАЛЬНИЙ РЕЖИМ ОПОДАТКУВАННЯ
ДЛЯ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙНИ:
НОВІ ПРАВИЛА ОБЛІКУ ТА ЗВІТУВАННЯ**

**СПЕЦИАЛЬНЫЙ РЕЖИМ НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ
ДЛЯ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВА ВО ВРЕМЯ ВОЙНЫ:
НОВЫЕ ПРАВИЛА УЧЕТА И ОТЧЕТЫ**

**SPECIAL TAX REGIME FOR WAR-BUSINESS ENTITIES:
NEW RULES OF ACCOUNTING AND REPORTING**

Анотація. Вступ. Нова податкова модель, яка була запроваджена в Україні з 01 квітня 2022 року на період військового стану передбачає обрання суб'єктами господарювання спеціального режиму оподаткування. Це є найсміливішим та найбільш глобальним рішенням із боку держави, яке дозволить підтримати вітчизняну економіку, розвиваючи малий і середній бізнес, який значно постраждав від агресії Російської Федерації. Запровадження спеціального режиму оподаткування для юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців викликає безліч запитань у науковців і практиків, які потребують вирішення. Так, зокрема: не зрозуміло хто і за яких умов може обрати спеціальний режим оподаткування;

як бути із платниками ПДВ, які бажають працювати на спеціальному режимі; від яких податків звільнені платники, які обрали спеціальний режим оподаткування; кому не вигідний спеціальний режим оподаткування; які особливості ведення обліку і звітування по єдиному податку за ставкою 2%, тощо.

Мета. Метою дослідження є конкретизація сутності спеціального режиму оподаткування в економіко-правовій площині, визначення особливостей його застосування в частині обліку та звітності для суб'єктів господарювання, які його обрали.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) нормативно-правове забезпечення щодо регулювання питання ведення обліку та формування показників звітності для платників податків, які обрали спеціальний режим оподаткування на період військового стану; 2) праці вітчизняних та зарубіжних вчених, що провадять свої науково-практичні дослідження у царині обліку, звітності та оподаткування.

В процесі здійснення наукового дослідження було використано наступні методи: теоретичного узагальнення та групування (для визначення умов перебування суб'єктів господарювання на спрощеному режимі оподаткування), формалізації, аналізу та синтезу (загля формування основних правил ведення обліку та звітності для платників, які обрали спрощений режим оподаткування); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Результати. У науковій статті розкриті особливості нарахування та сплати єдиного податку за ставкою 2% в частині визначення умов перебування на спеціальному режимі оподаткування з 1 квітня 2022 року; визначено переваги та недоліки спеціального режиму оподаткування; окреслено питання, які стосуються обліку і звітності за єдиним податком за ставкою 2%; проаналізовані зміни в чинному податковому законодавстві щодо питання проведення фактичних і камеральних перевірок з боку фіскальних органів на період військового стану в Україні.

Перспективи. В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на удосконаленні методики ведення обліку доходів суб'єктами господарювання, які обрали спеціальний режим оподаткування, їх оподаткуванні та відображенні у податковій звітності.

Ключові слова: єдиний податок, спеціальний режим оподаткування податок на додану вартість, податкові перевірки.

Аннотация. Введение. Новая налоговая модель, которая была введена в Украине с 01 апреля 2022 года на период военного положения, предусматривает избрание субъектами хозяйствования специального режима налогообложения. Это самое смелое и наиболее глобальное решение со стороны государства, которое позволит поддержать отечественную экономику, развивая малый и средний бизнес, значительно пострадавший от агрессии Российской Федерации. Введение специального режима налогообложения для юридических лиц и физических лиц – предпринимателей вызывает множество вопросов у ученых и практиков, требующих решения. Так, в частности: непонятно, кто и при каких условиях может выбрать специальный режим налогообложения; как быть с плательщиками НДС, желающими работать на специальном режиме; от каких налогов уволены плательщики, избравшие специальный режим налогообложения; кому не выгоден специальный режим налогообложения; каковы особенности ведения учета и отчетности по единому налогу по ставке 2%, и т.д.

Цель. Целью исследования является конкретизация сущности специального режима налогообложения в экономико-правовой плоскости, определение особенностей его применения в части учета и отчетности для избравших его субъектов хозяйствования.

Материалы и методы. Материалами исследования являются: 1) нормативно-правовое обеспечение регулирования вопроса ведения учета и формирования показателей отчетности для налогоплательщиков, избравших специальный режим налогообложения на период военного состояния; 2) труды отечественных и зарубежных ученых, которые проводят свои научно-практические исследования в области учета, отчетности и налогообложения.

В процессе осуществления научного исследования были использованы следующие методы: теоретического обобщения и группирования (для определения условий пребывания субъектов хозяйствования на упрощенном режиме налогообложения), формализации, анализа и синтеза (для формирования основных правил ведения учета и отчетности для плательщиков, избравших упрощенный режим налогообложения); логического обобщения результатов (формулирование выводов).

Результаты. В научной статье раскрыты особенности начисления и уплаты единого налога по ставке 2% по части определения условий пребывания на специальном режиме налогообложения с 1 апреля 2022 года; определены преимущества и недостатки специального режима налогообложения; очерчены вопросы, касающиеся учета и отчетности по единому налогу по ставке 2%; проанализированы изменения в действующем налоговом законодательстве относительно проведения фактических и камеральных проверок со стороны фискальных органов на период военного положения в Украине.

Перспективы. В дальнейших научных исследованиях предлагается сосредоточить внимание на усовершенствовании методики ведения учета доходов субъектами хозяйствования, избравшими специальный режим налогообложения, их налогообложении и отражении в налоговой отчетности.

Ключевые слова: единый налог, особый режим налогообложения налог на добавленную цену, налоговые проверки.

Summary. Introduction. The new tax model, which was introduced in Ukraine on April 1, 2022 for the period of martial law, provides for the election of special tax treatment. This is the boldest and most global decision of the state, which will support the domestic economy by developing small and medium-sized businesses, which have suffered greatly from the aggression of the Russian Federation. The introduction of a special tax regime for legal entities and natural persons-entrepreneurs raises many questions for scientists and practitioners that need to be addressed. So, in particular: it is not clear who and under what conditions can choose a special tax regime; how to deal with VAT payers who want to work in a special mode; what taxes are exempt from taxpayers who have chosen a special tax regime; who does not benefit from the special tax regime; what are the features of accounting and reporting on a single tax at a rate of 2%, etc.

Purpose. The purpose of the study is to specify the essence of the special tax regime in the economic and legal sphere, to determine the features of its application in terms of accounting and reporting for businesses that have chosen it.

Materials and methods. The materials of the study are: 1) regulatory and legal support for regulating the issue of accounting and reporting indicators for taxpayers who have chosen a special tax regime for the period of martial law; 2) works of domestic and foreign scientists conducting their scientific and practical research in the field of accounting, reporting and taxation.

The following methods were used in the process of scientific research: theoretical generalization and grouping (to determine the conditions of business entities on the simplified tax regime), formalization, analysis and synthesis (to form the basic rules of accounting and reporting for taxpayers who have chosen the simplified regime taxation); logical generalization of results (formulation of conclusions).

Results. The scientific article reveals the features of accrual and payment of the single tax at the rate of 2% in terms of determining the conditions of stay on a special tax regime from April 1, 2022; identified the advantages and disadvantages of a special tax regime; issues related to accounting and reporting on the single tax at the rate of 2% are outlined; analyzed changes in the current tax legislation on the issue of conducting factual and in-house inspections by fiscal authorities for the period of martial law in Ukraine.

Discussion. Further research is proposed to focus on improving the methods of accounting for income of economic entities that have chosen a special tax regime, their taxation and reflection in tax reporting.

Key words: single tax, special tax regime value added tax, tax audits.

Постановка проблеми. Нова податкова модель, яка була запроваджена в Україні з 01 квітня 2022 року на період військового стану передбачає обрання суб'єктами господарювання спеціального режиму оподаткування. Це є найсміливішим та найбільш глобальним рішенням із боку держави, яке дозволить підтримати вітчизняну економіку, розвиваючи малий і середній бізнес, який значно постраждав від агресії Російської Федерації. Запровадження спеціального режиму оподаткування для юридичних осіб та фізичних осіб — підприємців викликає безліч запитань у науковців і практиків, які потребують вирішення. Так, зокрема: не зрозуміло хто і за яких умов може обрати спеціальний режим оподаткування; як бути із платниками ПДВ, які бажають працювати на спеціальному режимі; від яких податків звільнені платники, які обрали спеціальний режим оподаткування; кому не вигідний спеціальний режим оподаткування; які особливості ведення обліку і звітування по єдиному податку за ставкою 2%, тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Значний внесок у формування базових положень та концепцій в частині оподаткування зроблено як вітчизняними, так і зарубіжними дослідниками. Колектив американських та чилійських

авторів К. А. Агостіні (С. А. Agostini), Д. Вергара (D. Vergara) Е. Енгель (E. Engel), А. Репетто (A. Repetto) [1] досліджують спеціальні податкові режими у Чілі. Аністратенко Ю. І. [2] розглядає правові засади регулювання оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні. Турецький дослідник Б. Бахчечі (B. Bahçeci) [3] аналізує спеціальний режим примусового стягнення податків. Буряк Н. Б. та Лукаш С. В. [4] у своїх наукових дослідженнях розкривають проблемні питання в частині вибору оптимального режиму оподаткування для малого та середнього бізнесу в Україні, а також проводять оцінку впливу системи оподаткування на формування середнього класу країни. Дмитрів В. І. [5] зосереджує увагу на доцільності застосування спрощеної системи, проводячи оцінку її ефективності. Німецький автор Ч. Ельшнер (C. Elschner) [6] досліджує спеціальні режими оподаткування. Іванишина О. С. [9] розглядає спрощену систему оподаткування через призму її нормативно-правового регулювання, обліку та звітності суб'єктами малого підприємництва. У наукових працях І. С. Ковальчук [10] розкриті дискусійні питання щодо аналізу рівня оподаткування мікро- та малого бізнесу в Україні. Колектив українських авторів М. М. Коцупатрий та

С. І. Ковач [11] аналізують системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні. Мальшакова С. [12] проводить порівняльний аналіз загальної і спрощеної системи оподаткування в Україні, окреслюючи переваги та недоліки кожної із них. Сідляр В. В. [13] розкриває теоретико-організаційні основи визначення спеціальних режимів оподаткування. Слатвінська М. О. [14] досліджує альтернативні системи оподаткування малого бізнесу та розкриває вплив деструктивних та стимулюючих чинників на розвиток малого підприємництва в Україні. Шаптала Є. Ю. [15] дотримується наукової думки, щодо обрання платником податків спеціального податкового режиму замість загальної системи оподаткування, що породжує не лише його сплату, а й спрощений порядок ведення обліку та звітування перед фіскальними органами. Разом з тим залишаються не вирішеними проблемні питання в частині конкретизації сутності спеціального режиму оподаткування в економіко-правовій площині, а також визначення особливостей його застосування в частині обліку та звітності для суб'єктів господарювання, які його обрали.

Метою статті є конкретизація сутності спеціального режиму оподаткування в економіко-правовій площині, визначення особливостей його застосування в частині обліку та звітності для суб'єктів господарювання, які його обрали.

Матеріали і методи. Матеріалами дослідження є: 1) нормативно-правове забезпечення щодо регулювання питання ведення обліку та формування показників звітності для платників податків, які обрали спеціальний режим оподаткування на період військового стану; 2) праці вітчизняних та зарубіжних вчених, що провадять свої науково-практичні дослідження у царині обліку, звітності та оподаткування. В процесі здійснення дослідження було використано наступні наукові методи: теоретичного узагальнення та групування (для визначення умов перебування суб'єктів господарювання на спрощеному режимі оподаткування), формалізації, аналізу та синтезу (задля формування основних правил ведення обліку та звітності для СГ, які обрали спрощений режим оподаткування); логічного узагальнення результатів (формулювання висновків).

Виклад основного матеріалу. Новацією сьогодення є запровадження спрощеної системи оподаткування для юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців із річним обсягом доходу до 10 млрд. грн. Це дозволяє СГ перейти до третьої групи платників єдиного податку (далі — ЄП) і сплачувати так званий податок з обороту [5].

Платники ЄП третьої групи, які будуть сплачувати податок з обороту мають визначати базу оподаткування за касовим методом, тобто до доходу включають суми, отримані на розрахунковий рахунок та в касу СГ. Відповідно вище наведене правило буде діяти для СГ, які обиратимуть спрощений режим оподаткування.

Спеціальний режим оподаткування запроваджується тимчасово з 1 квітня 2022 року до припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України. Запроваджений спеціальний режим оподаткування передбачає, що платники ЄП третьої групи будуть сплачувати єдиний податок у розмірі 2% отриманого доходу. При цьому такі платники звільняються від обов'язку нарахування та сплачувати ПДВ, а також від подання податкової звітності з ПДВ щодо операцій з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України.

Умови перебування СГ на спеціальному режимі зображено на рис. 1.

Для обрання спеціального режиму СГ має подати заяву до органу ДПС за місцем своєї податкової адреси, у строки не пізніше останнього числа місяця, що передує періоду переходу. Новостворені СГ, які бажають бути платниками ЄП третьої групи із застосуванням спеціального режиму оподаткування, подають заяву протягом 10 днів із дня державної реєстрації. При цьому вони будуть вважатися платниками ЄП із спеціальним режимом оподаткування з дня їхньої державної реєстрації.

Після припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України платники ЄП третьої групи, які використовували спеціальний режим оподаткування, втрачають право на його застосування з першого дня наступного місяця. При цьому такі платники автоматично повертаються на систему оподаткування, яку вони застосовували до обрання спеціального режиму оподаткування.

Податковим періодом для платників ЄП третьої групи, які використовують спеціальний режим оподаткування є календарний квартал. Такі платники мають подавати податкову декларацію платника ЄП за звітний квартал із зазначенням суми помісячного доходу в строки, установлені для квартального податкового періоду [7]. Платники ЄП щомісяця до 15-го числа сплачують авансовий внесок із ЄП за підсумками попереднього календарного місяця. Тобто за квітень ЄП потрібно буде сплатити до 15 травня, за травень — до 15 червня, тощо. А у звітності з ЄП за II квартал потрібно

буде відобразити суму доходу за квітень, травень та червень — і за кожен місяць окремо.

Платник ЄП за ставкою 2% звільняється від сплати:

- податку на прибуток підприємств;
- податку на доходи фізичних осіб у частині доходів ФОП, що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного податку (фізичної особи);
- податку на додану вартість;
- земельного податку за земельні ділянки, що використовуються платниками ЄП третьої групи зі ставкою у розмірі 2% доходу для провадження господарської діяльності (крім діяльності з надання земельних ділянок та/або нерухомого

майна, що знаходиться на таких земельних ділянках, в оренду (найм), позичку, на іншому праві користування);

- загального мінімального податкового зобов'язання за земельні ділянки, що розташовані на територіях, на яких ведуться (велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації, та/або за земельні ділянки, визначені обласними військовими адміністраціями як засмічені вибухонебезпечними предметами та/або на яких наявні фортифікаційні споруди, за 2022 та 2023 податкові (звітні) роки;
- екологічного податку за об'єкти оподаткування, що розташовані на територіях, на яких ведуться

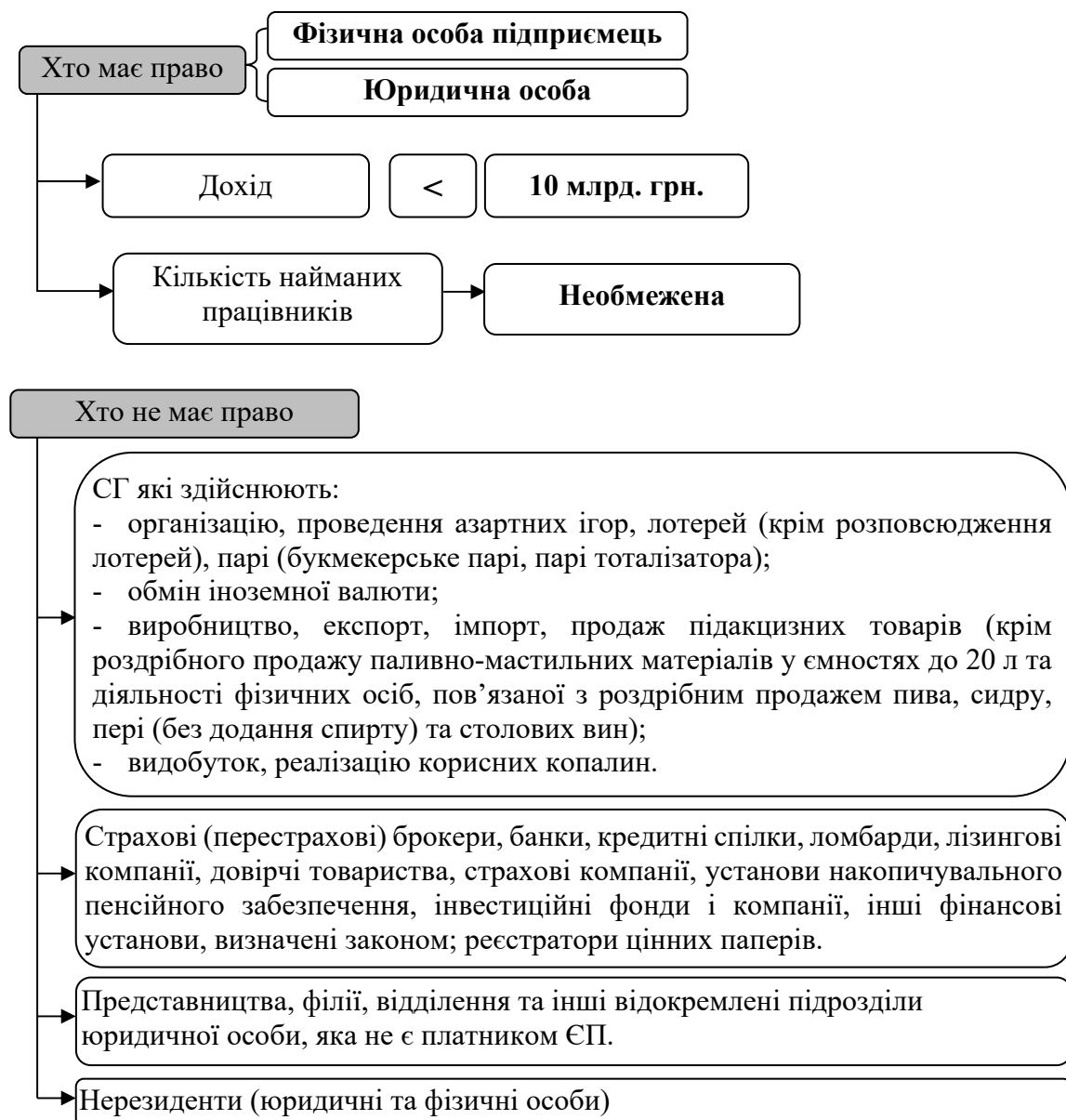


Рис. 1. Умови перебування на спеціальному режимі оподаткування у період військового стану в Україні

Джерело: розроблено автором на основі [7]

(велися) бойові дії, або на територіях, тимчасово окупованих збройними формуваннями Російської Федерації [7].

Спеціальний режим оподаткування є невідгладним для:

- СГ, хто співпрацює з контрагентами — платниками ПДВ, які не переходитимуть на спеціальний режим оподаткування. Причиною є відсутність вхідного ПДВ від СГ, які застосовують спеціальний режим оподаткування;
- імпортерів, оскільки сплачений під час розмитнення товару ПДВ не можна буде включити до податкового кредиту;
- СГ, які здійснюють товарообмінні (бартерні) операції, які є заборонені відповідно до чинного податкового законодавства для платників ЄП;
- платників ПДВ, які після закінчення дії спеціального режиму і відновлення ПДВ-статусу зобов'язанні визначити умовне постачання (нарахувати податкові зобов'язання із ПДВ) товарів (послуг, необоротних активів), які були придбані до початку застосування спеціального режиму (і суми ПДВ за цими придбаннями були включені до податкового кредиту) і використані у постачаннях у період дії спеціального режиму;
- платників ЄП четвертої групи, які виступають платниками ПДВ і продають сільськогосподарську продукцію своїм покупцям (замовникам) — платникам ПДВ. В такому разі з ним можуть відмовитися співпрацювати контрагенти.

Вважаємо, що обрання спеціального режиму оподаткування доцільне платникам ЄП четвертої групи, хто не є платником ПДВ. Виходячи з цього, пропонуємо з початку проаналізувати свою діяльність — і вже виходячи із цього приймати рішення про перехід у третю групу платників ЄП.

Обрання спеціального режиму оподаткування є добровільною справою для СГ. Якщо платник ЄП третьої або четвертої групи або платник на загальній системі оподаткування не бажає змінювати систему та режим оподаткування, він має право не переходити на спеціальний режим оподаткування у третій групі платників ЄП.

Фізичні особи-підприємці, які є платниками ЄП першої та другої груп, мають право не сплачувати єдиний податок з 1 квітня 2022 року до припинення або скасування воєнного, надзвичайного стану на території України. Такі особи можуть не подавати декларацію платника ЄП — фізичної особи-підприємця за період, у якому вони не сплачували ЄП [7].

Досліджуючи питання спеціального режиму оподаткування у період воєнного стану в Укра-

їні, зосередимо увагу на перевірках, які проводять фіскальні органи. На сьогодні органи ДПС мають право проводити камеральні та фактичні перевірки.

Камеральні перевірки стосуються в основному податкової декларацій із ПДВ або уточнюючих розрахунків до них, до яких подано заяву про повернення суми бюджетного відшкодування, а також митних декларацій. Тобто у випадку, коли СГ обирає спеціальний режим оподаткування, він не потрапляє під камеральні перевірки з боку фіскальних органів.

Чинне податкове законодавство визначає, що податкові декларації підлягають перевірці з боку органів ДПС протягом 90 календарних днів після закінчення строку, встановленого для її подання. У випадку, коли податкова декларація була подана із запізненням — тоді протягом 90 календарних днів після її фактичного подання.

Фактичні перевірки у період воєнного стану можуть проводитися, у таких випадках, якщо:

- у фіскалів є інформація, яка свідчить про можливість порушення платником податків вимог податкового законодавства, щодо забезпечення можливості проведення розрахунків за товари (послуги) з використанням електронних платіжних засобів;
- до фіскальних органів надійшло письмове звернення покупця про порушення платником податків порядку проведення розрахункових операцій, зокрема про те, що платник податків не забезпечив покупця можливістю розрахуватися за товари (послуги) за допомогою електронних платіжних засобів [6].

На період воєнного стану в Україні не застосовуються штрафні санкції до платників податків за порушеннями останніми податкового законодавства. Особливості полягають в тому, що Закон України № 2118 звільнив платників податків від відповідальності за податкові порушення, допущені в період воєнного стану. Було передбачено, що в разі відсутності у платника податків можливості своєчасно виконати свої обов'язки (зокрема, дотримати строки сплати податків і зборів, подання звітності, термінів реєстрації у відповідних реєстрах податкових або акцизних накладних, розрахунків коригування, подання електронних документів, що містять дані про фактичні залишки пального й обсяг обороту пального або спирту етилового тощо) такий платник податків звільняється від відповідальності, але повинен виконати свої обов'язки протягом трьох місяців після скасування воєнного стану в Україні [8]. Однак за по-

рушення, які були виявленні в ході камеральних або фактичних перевірок, до платників податків застосовуватимуться санкції, які передбачені чинним податковим законодавством, контроль за виконанням якого покладений на податкові органи. Варто зауважити, що штрафні санкції не діють на період дії воєнного та надзвичайного стану, а також звільнено від відповідальності за порушення, допущені внаслідок форс-мажору.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, проведені дослідження дозволили окреслити нові зміни в частині ведення обліку та звітності для бізнесу, які були спричинені новою податковою реформою на період воєнного стану в Україні. Розкрито умови перебування СГ на спеціальному режимі оподаткування, визначені переваги та недоліки такого режиму для СГ, окреслені

основні правила ведення обліку та звітування по єдиному податку за ставкою 2%. Окремими питанням була зосереджена увага на видах податкових перевірок, які можуть проводитися фіскальними органами під час ведення підприємницької діяльності в період воєнного стану. У подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на удосконаленні показників податкової звітності в частині відображення інформації про господарську діяльність платників податку, які обирають спрощений режим оподаткування.

В подальших наукових дослідженнях пропонується зосередити увагу на удосконаленні методики ведення обліку доходів суб'єктами господарювання, які обрали спеціальний режим оподаткування, їх оподаткуванні та відображенні у податковій звітності.

Література

1. Agostini C. A., Engel E., Repetto A., Vergara D. Using small businesses for individual tax planning: evidence from special tax regimes in Chile. *International Tax and Public Finance*. 2018. 25(6). P. 1449–1489.
2. Аністратенко Ю. І. Концептуалізація правового регулювання оподаткування малого та середнього бізнесу в Україні: монографія. Київ: Рута, 2016. 397 с.
3. Bahzeci B. Is There a Special Enforced Tax Collection Regime Under the ECtHR Case Law? *EC Tax Review*. 2021. 30(1). P. 39–47.
4. Буряк Н. Б., Лукаш С. В. Шляхи удосконалення спрощеної системи оподаткування в Україні. *Інноваційна економіка*. 2011. № 3. С. 219–222. URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/219.pdf> (дата звернення: 31.03.2022).
5. Дмитрів В. І. Особливості застосування спрощеної системи оподаткування в Україні. *Економіка та митно-правові відносини*. 2017. Випуск 2. С. 41–49. URL: <http://sciencehub.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/7.-Дмитрів-В.І.-41-49.pdf> (дата звернення: 31.03.2022).
6. Elschner C. Special tax regimes and the choice of organizational form: Evidence from the European Tonnage Taxes. *Journal of Public Economics*. 2013. № 97(1). P. 206–216.
7. Закон України Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану від 15.03.2022 № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення: 31.03.2022).
8. Закон України Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо особливостей оподаткування та подання звітності у період дії воєнного стану від 03.03.2022 № 2118-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text> (дата звернення: 31.03.2022).
9. Іванишина О. С., Деміденко Л. С. Спрощена система оподаткування, обліку та звітності: сучасний стан та напрями її вдосконалення. *Ефективна економіка*. 2020. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2020/89.pdf (дата звернення: 31.03.2022).
10. Ковальчук І. С. Аналіз рівня оподаткування суб'єктів малого підприємництва в Україні. *Modern Economics*. 2017. № 5. С. 29–35. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/taxation-analysis-of-small-enterprise-subsidiaries-in-ukraine/> (дата звернення: 31.03.2022).
11. Коцупатрий М. М., Ковач С. І., Безверхий К. В. Системи оподаткування діяльності фізичних осіб-підприємців в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 10. С. 183–194. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/are_2012_10_27 (дата звернення: 31.03.2022).
12. Мальшакова С. Аналізуємо системи оподаткування. *Баланс-агро*. 2018. № 45 (609). С. 16–18 URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya> (дата звернення: 31.03.2022).

13. Sidlyar V. V. Theoretical and organizational basis for determination of special tax regimes. *Actual Problems of Economics*. 2008. Issue 12. P. 161–167.

14. Слатвінська М. О. Альтернативні системи оподаткування малого бізнесу: стан, проблеми, перспективи: монографія. Одеса: Одеський національний економічний університет, 2012. 252 с.

15. Шаптала Є. Ю. Стимули у податково-правовому регулюванні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук: спец. 12.00.07 — адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне прав. Ірпінь, 2019. 21 с.

References

1. Agostini C. A., Engel E., Repetto A., Vergara D. (2018). Using small businesses for individual tax planning: evidence from special tax regimes in Chile. *International Tax and Public Finance*. № 25(6). P. 1449–1489 [in English].

2. Anistratenko Yu. I. (2016) Kontseptualizatsiya pravovoho rehulyuvannya opodatkuvannya maloho ta seredn'oho biznesu v Ukraini: monohrafiya [Conceptualization of the legal regulation of taxation of small and medium enterprises in Ukraine: monograph]. Kyiv: Ruta. 397 p. [in Ukrainian].

3. Bahzeci B. (2021). Is There a Special Enforced Tax Collection Regime Under the ECtHR Case Law? *EC Tax Review*. 30(1). P. 39–47 [in English].

4. Buriak N. B., Lukash S. V. (2011). Shliakhy udoskonalennia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini [Ways to improve the simplified taxation system in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika*. № 3. P. 219–222 URL: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/219.pdf> [in Ukrainian].

5. Dmytriv V. I. (2017). Osoblyvosti zastosuvannia sproshchenoi systemy opodatkuvannia v Ukraini [Features of application of the simplified taxation system in Ukraine]. *Ekonomika ta mytno-pravovi vidnosyny*. Vypusk 2. P. 41–49 URL: <http://sciencehub.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/7.-Дмитрів-В.І.-41-49.pdf> [in Ukrainian].

6. Elschner C. (2013). Special tax regimes and the choice of organizational form: Evidence from the European Tonnage Taxes. *Journal of Public Economics*. № 97(1). P. 206–216 [in English].

7. Zakon Ukrainy Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo dii norm na period dii voiennoho stanu vid 15.03.2022 № 2120-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> [in Ukrainian].

8. Zakon Ukrainy Pro vnesennia zmin do Podatkovoho kodeksu Ukrainy ta inshykh zakonodavchykh aktiv Ukrainy shchodo osoblyvosti opodatkuvannia ta podannia zvitnosti u period dii voiennoho stanu vid 03.03.2022 № 2118-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2118-20#Text> [in Ukrainian].

9. Ivanyshyna, O. and Demidenko, L. (2020). Simplified system of taxation, accounting and reporting: current state and direction of its improvement. *Efektivna ekonomika*. Vol. 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7909> [in Ukrainian].

10. Kovalchuk I. S. (2017). Analiz rivnia opodatkuvannia subiektiv malogo pidpriemnytstva v Ukraini [Analysis of the level of taxation of small businesses in Ukraine]. *Modern Economics*. № 5. P. 29–35. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/taxation-analysis-of-small-enterprise-subsidiaries-in-ukraine/> [in Ukrainian].

11. Kotsupatryi M. M., Kovach S. I., Bezverkhyi K. V. (2012). Systemy opodatkuvannia diialnosti fizychnykh osib-pidpriiemtsiv v Ukraini [Systems of taxation of activities of natural persons-entrepreneurs in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky*. № 10. P. 183–194 URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2012_10_27 [in Ukrainian].

12. Malshakova S. (2018). Analizuiemo systemy opodatkuvannia [The analyze tax systems]. *Balans-ahro*. № 45 (609). P. 16–18 URL: <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya> [in Ukrainian].

13. Sidlyar V. V. (2008). Theoretical and organizational basis for determination of special tax regimes. *Actual Problems of Economics*. Issue 12. P. 161–167 [in English].

14. Slatvinska M. O. (2012). Alternatyvni systemy opodatkuvannia maloho biznesu: stan, problemy, perspektyvy [Alternative systems of small business taxation: status, problems, prospects]: monohrafiia. Odessa: Odeskyi natsionalnyi ekonomichnyi universytet. 252 p. [in Ukrainian].

15. Shaptala Ye. Iu. (2019). Stymuly u podatkovo-pravovomu rehuliuванні [Incentives in tax and legal regulation]: avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia kand. yuryd. nauk: spets. 12.00.07 — administratyvne pravo i protses; finansove pravo; informatsiine prav. Irpin. 21 p. [in Ukrainian].

Орехова Альвіна Іванівна

*доктор економічних наук, професор,
професор кафедри обліку і оподаткування
Сумський національний аграрний університет*

Орехова Альвина Ивановна

*доктор экономических наук, профессор,
профессор кафедры учета и налогообложения
Сумской национальной аграрной университета*

Oriekhova Alvina

*Doctor of Economic Sciences, Professor,
Professor of the Department of Accounting and Taxation
Sumy National Agrarian University*

ORCID: 0000-0003-1016-3287

Дзярик Анна Сергіївна

*здобувач вищої освіти спеціальності «Облік і оподаткування»
Сумського національного аграрного університету*

Дзярик Анна Сергеевна

*соискатель высшего образования специальности «Учет и налогообложение»
Сумского национального аграрного университета*

Dziaryk Anna

*Applicant for higher Education in «Accounting and Taxation»
Sumy National Agrarian University*

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8061

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ І КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ЗА ВИПЛАТАМИ ПРАЦІВНИКАМ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УЧЕТА И КОНТРОЛЯ РАСЧЕТОВ ПО ВЫПЛАТАМ РАБОТНИКАМ

IMPROVING THE ACCOUNTING AND CONTROL OF PAYMENTS TO EMPLOYEES

Анотація. У статті досліджені питання удосконалення обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам. Визначено, що проблеми організації системи обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам нині є найважливішими для економічної діяльності кожного суб'єкта підприємницької діяльності. В даний час актуальними залишаються питання узгодження принципів регулювання бухгалтерського обліку та норм трудового законодавства, що стосуються формування елементів оплати праці. Це актуалізується у зв'язку з переходом вітчизняних положень з бухгалтерського обліку до МСФЗ. Доведено, що подальша уніфікація ведення бухгалтерського обліку за національними та міжнародними стандартами є неминучою та необхідною. Аргументовано, що останні декілька років, у зв'язку з безпрецедентною невідомістю, що викликана COVID-19, бізнес зіткнувся з новими викликами, що оголили слабкі сторони бізнес-процесів, падіння попиту та зниження продуктивності. У такі часи важливо підвищувати результативність та готувати команду до функціонування в світі VUCO. Найбільшим драйвером зростання і водночас викликом стає цифрова трансформація бізнесу. Оцифровані інструменти онлайн-бухгалтерського обліку зростають бізнес-індустрію більш автоматизованою, точною в деталях та числах, доступною до даних, з'явиться можливість створювати більш надійні дані за рахунок автоматизації,

безпечніше зберігання через хмарне сховище. Обґрунтовано, що належним чином організована система внутрішнього контролю є своєрідним гарантом досягнення стратегічних та тактичних цілей організації. Доцільно розробити Стандарт внутрішнього контролю за станом розрахунків за виплатами працівникам в частині утримань із заробітної плати, який дозволить: налагодити ефективний контроль фахівцями; проводити експертизу внутрішніх локальних актів підприємства на відповідність чинному законодавству; здійснювати відповідні заходи щодо попередження помилок у розрахунках.

Ключові слова: облік, контроль, розрахунки, працівники, оплата праці.

Аннотация. В статье исследованы вопросы усовершенствования учета и контроля расчетов за выплатами работникам. Определено, что проблемы организации системы учета и контроля расчетов за выплатами работникам в настоящее время являются важнейшими для экономической деятельности каждого субъекта предпринимательской деятельности. Это актуализируется в связи с переходом отечественных положений по бухгалтерскому учету на МСФО. Доказано, что дальнейшая унификация ведения бухгалтерского учета по национальным и международным стандартам неизбежна и необходима. Аргументировано, что в последние несколько лет, в связи с беспрецедентной неопределенностью, вызванной COVID-19, бизнес столкнулся с новыми вызовами, обнажившими слабые стороны бизнес-процессов, падение спроса и снижение производительности. В это время важно повышать результативность и готовить команду к функционированию в мире VUCO. Самым большим драйвером роста и одновременно вызовом становится цифровая трансформация бизнеса. Оцифрованные инструменты онлайн-бухгалтерского учета сделают бизнес-индустрию более автоматизированной, точной в деталях и числах, доступной к данным, появится возможность создавать более надежные данные за счет автоматизации, более безопасное хранение через облачное хранилище. Обосновано, что организованная система внутреннего контроля является своеобразным гарантом достижения стратегических и тактических целей организации. Целесообразно разработать Стандарт внутреннего контроля за состоянием расчетов по выплатам работникам в части удержаний из заработной платы, позволяющий: наладить эффективный контроль специалистами; проводить экспертизу внутренних локальных актов предприятия на соответствие действующему законодательству; осуществлять соответствующие меры по предупреждению ошибок в расчетах.

Ключевые слова: учет, контроль, расчет, работники, оплата труда.

Summary. The article examines the issues of improving the accounting and control of payments to employees. It is determined that the problems of organization of the system of accounting and control of payments to employees are currently the most important for the economic activity of each business entity. This is relevant in connection with the transition of domestic accounting regulations to IFRS. It is proved that further unification of accounting according to national and international standards is inevitable and necessary. It has been argued that over the past few years, due to the unprecedented uncertainty caused by COVID-19, businesses have faced new challenges that have exposed business process weaknesses, declining demand and declining productivity. In such times, it is important to increase productivity and prepare the team to operate in the world of VUCO. The biggest driver of growth and at the same time a challenge is the digital transformation of business. Digitized online accounting tools will make the business industry more automated, accurate in detail and numbers, accessible to data, will be able to create more reliable data through automation, more secure storage through cloud storage. It is substantiated that a properly organized system of internal control is a kind of guarantor of achieving strategic and tactical goals of the organization. It is advisable to develop a Standard for internal control over the status of payments to employees in terms of deductions from wages, which will: establish effective control by specialists; to carry out examination of internal local acts of the enterprise for compliance with current legislation; take appropriate measures to prevent errors in calculations.

Key words: accounting, control, calculations, employees, wages.

Постановка проблеми. У сучасних умовах розвитку суспільства створення ефективної системи оплати праці найманих працівників у всіх сферах діяльності є одним з найбільш актуальних завдань, що потребує системного підходу та безперервного пошуку шляхів удосконалення. Політика у сфері оплати праці є складовою управління підприємством, а отже, при правильному виборі організації форми та системи оплати праці, працівники будуть більш зацікавлені у досягненні значних

результатів своєї праці, що призведе до зростання ефективності діяльності організації в цілому.

Проблеми організації системи обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам нині є найважливішими для економічної діяльності кожного суб'єкта підприємницької діяльності. Багато економістів беруть участь у успішному вирішенні цих проблем, що доводить суперечливий характер предмета дослідження, а це і пояснює актуальність дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання організації обліку розрахунків за виплатами працівникам досліджували такі вчені-науковці як В. Кузь [6], Л. Очеретько, І. Хохлова [11], А. Ужва, К. Лобань [16], Ю. Цаль-Цалко, Ю. Мороз [17], І. Максимчук, Л. Сорока [17], В. Шепелюк, Л. Буркова [18] та ін. Проблемам створення автоматизованих інформаційних систем обліку приділяється увага таких вчених як В. Сусіденко [15], С. Івахненкова [3] та ін. Питання внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам досліджували у своїх працях такі вчені як Л. Гуцаленко [2], Т. Меліхова, І. Феофанова, Г. Магда [8] та ін. Однак, незважаючи на значну кількість проведених досліджень, окремі питання обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам потребують додаткового уточнення та удосконалення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Мета статті полягає в теоретико-методичному обґрунтуванні та прикладному опрацюванні організації обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам та розробка шляхів їх удосконалення.

Виклад основного матеріалу. У загальній сумі доходів населення найбільшу питому вагу займає саме оплата праці (заробітна плата, винагороди працівникам). Ця категорія доходів є дохід, який працівник отримує від роботодавця в обмін на свою працю. Облік і контроль праці та розрахунків за виплатами працівникам повинні забезпечити оперативний контроль за кількістю та якістю праці працівників, за використанням коштів, що включаються до фонду заробітної плати економічного суб'єкта, а також виплат соціального характеру.

Завдання обліку оплати праці полягають, перш за все, у тому, щоб створювати економічно обґрунтовану та достовірну інформацію про працю та її оплату, проводити точну та своєчасну оплату праці працівників організації, стежити за правильністю відображення операцій, пов'язаних з нарахуванням та виплатою заробітної плати, за ефективністю застосовуваних форм стимулювання праці, що сприятиме своєчасному виявленню резервів подальшого зростання продуктивності праці.

В даний час актуальними залишаються питання узгодження принципів регулювання бухгалтерського обліку та норм трудового законодавства, що стосуються формування елементів оплати праці. Це актуалізується у зв'язку з переходом вітчизняних положень з бухгалтерського обліку до МСФЗ.

Слід зазначити, що визначення поняття «виплати працівникам» наведене лише в МСБО 19

«Виплати працівникам» [9]. А відповідно до НП(С) БО 26 [10], поточні виплати працівнику — виплати працівнику (окрім виплат при звільненні та виплат інструментами власного капіталу підприємства), які підлягають сплаті в повному обсязі протягом дванадцяти місяців по закінченні місяця, у якому працівник виконував відповідну роботу.

В МСБО 19 [9] більш детально розглянуті питання обліку розрахунків за виплатами працівникам. НП(С)БО 26 [10] включає тільки заробітну плату, премії та виплати за невідпрацьований час, при цьому МСБО 19 включає також компенсації за відсутність працівників, виплати пов'язані з участю працівників у прибутку підприємства та негрошові пільги у формі надання житла, автомобілів, безплатних та субсидованих товарів, медичного обслуговування.

Найбільшою розбіжністю у міжнародному та національному стандартах є наявність розділу у МСБО 19 [9] присвяченого виплатам, пов'язаним із закінченням трудової діяльності. Виплати по закінченні трудової діяльності — це виплати працівнику (окрім виплат при звільненні та виплат інструментами власного капіталу підприємства), які підлягають сплаті по закінченні трудової діяльності працівника. Можемо констатувати, що національний стандарт певним чином дублює МСБО 19 [9]. Проте, український варіант обліку відрізняється аналітичністю, деталізацією викладу, забезпечує тотожність аналітичного обліку з даними синтетичного обліку. В НП(С)БО 26 «Виплати працівникам» [10] інформація представлена у більш стислому вигляді, що дозволяє скоротити час на вивчення стандарту.

Таким чином, подальша уніфікація ведення бухгалтерського обліку за національними та міжнародними стандартами є неминучою та необхідною. Виникає об'єктивна необхідність в удосконаленні національних положень та доведення їх до міжнародних вимог, оскільки ведення бухгалтерського обліку за міжнародними стандартами є інструментом глобалізації економіки і посилення світових господарських зв'язків.

Важливим аспектом в управлінні організацією є забезпечення ефективності ведення бухгалтерського обліку діяльності. За цих умов важливо правильно здійснювати його організацію з метою отримання достовірної інформації для прийняття управлінських рішень. Організація обліку розрахунків за виплатами працівникам здійснюється відповідно до чинної нормативно-правової бази, а саме: Кодексу законів про працю; Податкового Кодексу України; Закону України «Про охорону

праці»; Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні»; Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій; Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств; Інструкція зі статистики заробітної плати; НП(С) БО 16 «Витрати», НП(С)БО 26 «Виплати працівникам» та ін.

Для узагальнення інформації про розрахунки за виплатами працівникам використовується синтетичний рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам». Рахунок 66 «Розрахунки за виплатами працівникам» має такі субрахунки: 661 «Розрахунки за заробітною платою», 662 «Розрахунки з депонентами», 663 «Розрахунки за іншими виплатами».

Аналітичний облік розрахунків за виплатами працівникам, у частині розкриття інформації про розрахунки з працівниками із заробітної плати, ведеться на рахунку 66 щодо кожного працівника організації. Деталізація аналітики визначається цілями та завданнями організації, визначеними положеннями її облікової політики.

Основними проблемними питаннями з обліку розрахунків за виплатами працівникам на більшості підприємств є не використання рахунків аналітичного обліку. Тому нами запропоновано перелік аналітичних рахунків з обліку розрахунків за виплатами працівникам (табл. 1).

Складність організації аналітичного обліку розрахунків за виплатами працівникам полягає у необхідності визначення пріоритетності видів виплат, ідентифікованих за певними ознаками з відповідним присвоєнням шифрів аналітичних рахунків і подальшим узгодженням прийнятності

та відповідності аналітичних рахунків між порядками у структурі бухгалтерського рахунку [6].

Облік і контроль розрахунків за виплатами працівникам є частиною системи управління підприємства, що дозволяє регулювати та координувати порядок розподілу та використання грошових коштів на оплату праці працівників. При великому обсязі операцій не виключені арифметичні чи документальні помилки. А при ручному обліку наявність таких помилок практично не уникнути.

Можемо констатувати, що ручний облік відходить у минуле. Автоматизація системи ведення бухгалтерського обліку дозволяє упорядкувати та оптимізувати практичне ведення бухгалтерського обліку, щоб скоротити час на обробку первинної документації, формування виписок, довідників, бухгалтерських звітів, а також мінімізувати можливість помилок у даних документах.

Основними засадами ведення автоматизованого обліку праці та її оплати є: інтеграція кадрового обліку, обліку праці та її оплати в єдине ціле; централізація оброблення інформації з обліку праці та її оплати; автоматизований збір інформації про вихід працівників на роботу та відпрацьований ними час; автоматизація типових розрахункових операцій; автоматизований контроль за правильністю проведення ручних розрахунків та коригувань [1].

Останні декілька років, у зв'язку з безпрецедентною невизначеністю, що викликана COVID-19, бізнес зіткнувся з новими викликами, що оголили слабкі сторони бізнес-процесів, падіння попиту та зниження продуктивності. У такі часи важливо підвищувати результативність та готувати команду до функціонування в світі VUCO. Найбільшим драйвером зростання і водночас викликом стає цифрова трансформація бізнесу.

Таблиця 1

Пропозиції щодо відкриття рахунків аналітичного обліку до субрахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою»

Рахунок	Назва рахунку
661.1	Розрахунки за нарахованими виплатами
661.2	Доплати та надбавки
661.3	Премії
661.4	Інші заохочувальні та компенсаційні виплати працівникам
661.5	Розрахунки за виплатою відпускних
661.6	Допомога по тимчасовій непрацездатності
661.7	Виплати по закінченні трудової діяльності
661.8	Виплати при звільненні
661.9	Інші нарахування

Джерело: сформовано авторами

Ще у 2019 р. Кабінет міністрів України затвердив «Концепцію розвитку цифрової економіки й суспільства» [5]. Відповідно документу, розвиток цифрової економіки полягає в створенні ринкових стимулів, мотивацій, попиту і формуванні потреб по використанню цифрових технологій, продуктів і послуг серед бізнесу для ефективності та конкурентоспроможності. А у вересні 2020 р. Кабінет міністрів України представив «Стратегію цифрової трансформації соціальної сфери» [14], що і підтверджує нагальну актуальність даного питання.

Цифровий облік не виключає важливість процедур бухгалтерського обліку та не відкидає ролі бухгалтера. Оцифровані інструменти онлайн-бухгалтерського обліку зроблять бізнес-індустрію більш автоматизованою, точною в деталях та числах, доступною до даних, з'явиться можливість створювати більш надійні дані за рахунок автоматизації, безпечніше зберігання через хмарне сховище.

Так, цифрова трансформація дозволяє значно модернізувати трудові відносини, зокрема:

- забезпечити перехід на ризик-орієнтований підхід. Тобто інспекції та перевірки відбуватимуться тільки у компаніях, які мають ознаки найбільших ризиків порушення законодавства про працю. Для визначення ризику використовуються цифрові дані, які наявні у держави;
- зменшити кількість обов'язкових кадрових документів. Роботодавці витрачають значну кількість фінансових ресурсів та часу для забезпечення дотримання ведення такої документації, яка зазвичай залишається виключно формальною і може бути або взагалі скасована, або перенесена в єдиний трудовий договір, або переведена в цифрову форму;
- забезпечити контроль над перевітками роботодавців. Тепер не потрібно чекати скарги від роботодавця, дані про всі перевірки можна отримати щодня, проаналізувати статистичні та інші параметри алгоритмами, без людського фактору, і вжити заходів реагування на дії контролерів [13].

Слід зазначити, що сьогодні спостерігається розширення ринку online-бухгалтерії з використанням Cloud technologies and computing (Myob, Xero, FreshBooks, Liquid, QuickBooksOnline, Tachua і т.д.) [4].

Одним із найважливіших елементів цифрової економіки бізнесу став електронний документообіг: внутрішній і зовнішній. Електронний документообіг — це стрес-тест готовності компанії до цифрової трансформації, з впровадженням якого бізнес отримує ряд переваг, а саме: економія на

відправленнях, оскільки вартість систем електронного документообігу невелика. Є системи, що надають безкоштовний функціонал, здатний закрити потреби малого та середнього бізнесу в обміні документами; мобільність команди й менеджменту. Закон України «Про електронні документи та електронний документообіг» [12] регулює відносини, що виникають у процесі створення, відправлення, передавання, одержання, зберігання, оброблення, використання та знищення електронних документів.

Таким чином, впровадження цифрових технологій на всіх рівнях економіки, включаючи розробку нормативно-правової бази та створення умов для застосування, зачіпає більшість сфер діяльності. Сфера бухгалтерського обліку, є однією з найбільш консервативних, вимагає особливого підходу і розробок з цього питання. Необхідно навчати бухгалтерів, активно впроваджувати цифрові технології на підприємствах, розробляти відповідну нормативно-правову базу, вирішувати проблеми, що виникають в процесі її впровадження.

Належним чином організована система внутрішнього контролю є своєрідним гарантом досягнення стратегічних та тактичних цілей організації. Це пов'язано з тим, що він унеможливорює спотворення звітності, неточності, розкрадання та зловживання. Внутрішній контроль в організаціях являє собою збір та обробку інформації в рамках функціонування організації, аналіз відхилень фактичних даних від нормативних та розробка рекомендацій для прийняття грамотних та обґрунтованих управлінських рішень.

Витрати на оплату праці є одними з найбільш значущих статей витрат будь-якого економічного суб'єкта, проте, незважаючи на фундамент системи бухгалтерського обліку, що сформувався, вирішення багатьох проблем обліку і контролю розрахунків за виплатами працівникам багато в чому носить спірний і дискусійний характер, що обумовлює потребу їх подальшого глибокого дослідження та науково-методичних розробок.

Існує низка проблем, пов'язаних із відсутністю у компанії своєчасної системи внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам.

Перша група проблем включає: «прогалини» у чинному графіку документообігу за розрахунками за виплатами працівникам; недостатній рівень комп'ютерної обробки первинної інформації; неналежна організація бухгалтерією архівної справи; відсутність поділу функцій прийняття рішень щодо нарахування заробітної плати; відсутність контролю за виконанням бухгалтерських операцій

(головний бухгалтер не достатньо контролює своїх підлеглих). Усі перелічені проблеми створюють сприятливі умови для скоєння зловживань і маніпуляцій.

Друга група проблем, пов'язаних з відсутністю у компанії належної системи внутрішнього контролю розрахунків за виплатами працівникам, включає проблеми неточного розкриття інформації, що міститься в бухгалтерській (фінансовій) звітності. Дані проблеми пов'язані, з одного боку, з неправильною методикою ведення бухгалтерського обліку з обліку зобов'язань (неправильне складання кореспонденції рахунків), з іншого, з помилками, що виникають при віднесенні сум кредиторської заборгованості на відповідні статті бухгалтерського обліку.

В даний час в організаціях контроль за станом обліку розрахунків за виплатами працівникам здійснюється спеціалістами, наділеними повноваженнями щодо ведення бухгалтерського обліку, такими як: головний бухгалтер, заступники головного бухгалтера, а також бухгалтер розрахункового відділу. Подібний контроль не досконалий, так як вищеперераховані управлінці часто не мають достатнього часу, щоб перевірити правильність відображення операцій у бухгалтерському обліку, а також можуть не володіти специфічними інструментами такої перевірки через відсутність єдиної методики перевірки. А отже, можуть виникнути проблеми із своєчасністю виявлення спотворень.

Ведення бухгалтерського обліку в умовах застосування методів комп'ютерної обробки даних також зумовлює необхідність удосконалення системи внутрішнього контролю.

Зважаючи на вищевикладене суб'єктам господарювання доцільно розробити Стандарт внутрішнього контролю за станом розрахунків за виплатами працівникам в частині утримань із заробітної плати, який дозволить: налагодити ефективний контроль фахівцями; проводити експертизу внутрішніх локальних актів підприємства на відповідність чинному законодавству; здійснювати відповідні заходи щодо попередження помилок у розрахунках.

В загальному вигляді на підприємстві система внутрішнього контролю може бути реалізована наступними шляхами:

- створення структурного підрозділу з підпорядкуванням керівнику організації або запровадження посади контролера з безпосереднім підпорядкуванням керівнику;
- створення постійно діючої комісії, на яку буде покладено завдання проведення контролю;

- покладення обов'язків на працівників структурних підрозділів організації щодо проведення внутрішнього контролю.

У таких випадках внутрішній контроль буде реалізований у межах попередніх та поточних контрольних заходів. Вибір варіанта побудови системи внутрішнього контролю в організації буде корелюватися з ймовірним обсягом робіт, фінансовими та організаційними можливостями компанії тощо. Відповідно, попередній та поточний контроль буде реалізований безпосередньо працівниками організації (в межах здійснення ними посадових обов'язків), а наступний контроль може бути реалізований як спеціальним відділом контролю, так і постійно діючою комісією.

Обраний спосіб проведення контролю закріплюється у Положенні про порядок здійснення внутрішнього контролю. Також діяльність відділу контролю (контролера) регламентується Положенням про відділ внутрішнього контролю.

Таким чином, дані напрями покликані посилити облік і контроль розрахунків за виплатами працівникам. Усунення виявлених недоліків та застосування запропонованих заходів щодо вдосконалення системи обліку розрахунків за виплатами працівникам сприятимуть оперативності, прозорості обліку та внутрішньому контролю витрат на оплату праці. Завдяки вищезазначеним заходам буде створено базу економічно обґрунтованої та достовірної інформації про працю та її оплату. Це дозволить стежити за законністю операцій, пов'язаних з нарахуванням і виплатою зарплати, усунути непродуктивні виплати, пов'язані з прихованими втратами робочого часу, ефективністю застосовуваних форм організації та стимулювання праці на різних ділянках.

Висновки. Таким чином, в умовах сьогодення, що відзначаються динамічністю та нестабільністю, у проблемах з розрахунками за виплатами працівникам надзвичайно велику роль відіграє проблема оптимізації системи організації обліку і контролю оплати праці. З метою вдосконалення аналітичного обліку запропоновано відкриття відповідних рахунків аналітичного обліку до субрахунку 661 «Розрахунки за заробітною платою», що сприятиме можливості отримання оперативної аналітичної інформації для прийняття управлінських рішень. Оцифровані інструменти онлайн-бухгалтерського обліку дозволять зроби́ти бізнес-індустрію більш автоматизованою, точною в деталях та числах, доступною до даних, з'явиться можливість створювати більш надійні дані за рахунок автоматизації, сприятиме

безпечнішому зберіганню через хмарне сховище. З метою вдосконалення системи внутрішнього контролю доцільно розробити Стандарт внутрішнього контролю за станом розрахунків за виплатами працівникам який дозволить налагодити

ефективний контроль фахівцями; проводити експертизу внутрішніх локальних актів підприємства на відповідність чинному законодавству; здійснювати відповідні заходи щодо попередження помилок у розрахунках та ін.

Література

1. Аверкина М. Ф., Гриценюк О. І. Особливості автоматизації обліку праці та заробітної плати. Причорноморські економічні студії. 2018. Вип. 29. С. 113–117.
2. Гуцаленко Л. В., Білодон Д. Д. Прикладні програми для обліку розрахунків з оплати праці. Ефективна економіка. 2019. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_5
3. Івахненко С. В. Розроблення технологій безперервного контролю фінансово-облікової інформації. Наукові записки НаУКМА. Економічні науки. 2020. Т. 5. Вип. 1. С. 55–61.
4. Кононенко Л. В. Розвиток digital-технологій і бухгалтерський облік: проблеми та перспективи. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством: сучасні виклики: збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції (м. Полтава, 5–6 жовтня 2021 року). Полтава: ПУЕТ, 2021. С. 205–208.
5. Концепція розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018–2020 роки: розпорядження Кабінету Міністрів України від 17 січня 2018 р. № 67-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text>
6. Кузь В. І. Особливості побудови системи аналітичного обліку розрахунків за виплатами працівникам. Причорноморські економічні студії. 2020. Випуск 55–2. С. 100–108.
7. Максимчук І. А., Сорока Л. М. Організація обліку розрахунків за виплатами працівникам підприємства: виклики пандемії COVID-19. Економіка та держава. 2021. № 8. С. 119–123.
8. Меліхова Т. О., Феофанова І. В., Магда Г. В. Удосконалення методики внутрішнього контролю утримань із заробітної плати та нарахувань на фонд оплати праці. Економіка та держава. 2019. № 1. С. 89–94.
9. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 19 «Виплати працівникам». URL: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%91%D0%9E%2019_ukr.pdf
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 26 «Виплати працівникам»: Наказ Міністерства фінансів України 28.10.2003 № 601. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text>
11. Очеретко Л. М., Хохлова І. А. Проблеми обліку та оподаткування розрахунків за виплатами працівникам і шляхи їх вирішення. Ефективна економіка. 2018. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_10_52
12. Про електронні документи та електронний документообіг: Закон України від 22 травня 2003 року № 851-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> (дата звернення: 12.12.2021)
13. Реформа трудових відносин: які переваги отримає бізнес від запровадження цифровізації? URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100025926-reforma-trudovikh-vidnosin-yaki-perevagi-otrimaye-biznes-vid-zaprovadzhennya-tsifrovizatsiyi>
14. Стратегія цифрової трансформації соціальної сфери: розпорядження Кабінету Міністрів України від 28 жовтня 2020 р. № 1353-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1353-2020-%D1%80#Text>
15. Сусіденко В. Т. Інформаційні системи і технології в обліку. Навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури. 2016. 224 с.
16. Ужва А. М., Лобань К. Б. Удосконалення облікової політики в системі розрахунків за виплатами працівникам на підприємстві. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Економічні науки. 2017. № 2. С. 196–199.
17. Цаль-Цалко Ю. С., Мороз Ю. Ю. Статистично-облікове забезпечення оцінювання якості зайнятості персоналу на підприємстві за показником доданої вартості. Бізнес Інформ. 2019. № 1. С. 358–363.
18. Шепелюк В. А., Буркова Л. А. Облік поточних виплат працівникам: протиріччя у національному та міжнародному стандартах. Вчені записки університету «КРОК». Серія: Економіка. 2021. Вип. 2. С. 53–62.

References

1. Averkyna M. F., Ghrycenjuk O. I. (2018). Osoblyvosti avtomatyzaciji obliku praci ta zarobitnoji platy [Features of automation of labor and wage accounting]. Prychornomorsjki ekonomichni studiji. Vyp. 29. P. 113–117. [in Ukrainian]

2. Ghucalenko L. V., Bilodon D. D. (2019). Prykladni prohramy dlja obliku rozrakhunkiv z oplaty praci [Applied programs for accounting for payroll]. *Efektivna ekonomika*. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2019_10_5 [in Ukrainian]
3. Ivakhnenkov S. V. (2020). Rozroblennja tekhnologij bezperervnogho kontrolju finansovo-oblikovoji informacii [Development of technologies for continuous control of financial and accounting information]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Ekonomichni nauky*. T. 5. Vyp. 1. P. 55–61. [in Ukrainian]
4. Kononenko L. V. (2021). Rozvytok digital-tekhnologij i bukhghalterskyj oblik: problemy ta perspektyvy [Development of digital technologies and accounting: problems and prospects]. *Bukhghalterskyj oblik v upravlinni pidpryjemstvom: suchasni vyklyky: zbirnyk materialiv III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferenciji (m. Poltava, 5–6 zhovtnja 2021 roku)*. Poltava: PUET, P. 205–208. [in Ukrainian]
5. Koncepcija rozvytku cyfrovoi ekonomiky ta suspiljstva Ukrainy na 2018–2020 roky: rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainyvid 17 sichnja 2018 r. № 67-r. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/67-2018-%D1%80#Text> [in Ukrainian]
6. Kuzj V. I. (2020). Osoblyvosti pobudovy systemy analitychnogho obliku rozrakhunkiv za vyplatamy pracivnykam [Features of building a system of analytical accounting of payments to employees]. *Prychornomorsjki ekonomichni studiji*. Vypusk 55-2. P. 100–108. [in Ukrainian]
7. Maksymchuk I. A., Soroka L. M. (2021). Orhanizacija obliku rozrakhunkiv za vyplatamy pracivnykam pidpryjemstva: vyklyky pandemiji COVID-19 [Organization of accounting for payments to employees of the enterprise: the challenges of the COVID-19 pandemic]. *Ekonomika ta derzhava*. № 8. P. 119–123. [in Ukrainian]
8. Melikhova T. O., Feofanova I. V., Maghda Gh. V. (2019). Udoskonalennja metodyky vnutrishnjogho kontrolju utrymanj iz zarobitnoji platy ta narakhuvan na fond oplaty praci [Improving the methodology of internal control of deductions from wages and contributions to the payroll]. *Ekonomika ta derzhava*. № 1. P. 89–94. [in Ukrainian]
9. Mizhnarodnyj standart bukhghalterskogho obliku 19 “Vyplaty pracivnykam”. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%9C%D0%A1%D0%91%D0%9E%2019_ukr.pdf [in Ukrainian]
10. Nacionaljne polozhennja (standart) bukhghalterskogho obliku 26 “Vyplaty pracivnykam”: Nakaz Ministerstva finansiv Ukrainy 28.10.2003 № 601. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03#Text> [in Ukrainian]
11. Ocheretjko L. M., Khokhlova I. A. (2018). Problemy obliku ta opodatkuvannja rozrakhunkiv za vyplatamy pracivnykam i shljakhy jikh vyrishennja [Problems of accounting and taxation of payments to employees and ways to solve them]. *Efektivna ekonomika*. № 10. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2018_10_52 [in Ukrainian]
12. Pro elektronni dokumenty ta elektronnyj dokumentoobigh: Zakon Ukrainy vid 22 travnja 2003 roku № 851-IV URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/851-15#Text> [in Ukrainian]
13. Reforma trudovykh vidnosyn: jaki perevagy otrymaje biznes vid zaprovadzhennja cyfrovizaciji? URL: <http://www.visnuk.com.ua/uk/news/100025926-reforma-trudovykh-vidnosin-yaki-perevagi-otrimaye-biznes-vid-zaprovadzhennja-tsifrovizatsiyi> [in Ukrainian]
14. Strateghija cyfrovoi transformaciji socialjnoji sfery: rozporjadzhennja Kabinetu Ministriv Ukrainyvid 28 zhovtnja 2020 r. № 1353-r URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1353-2020-%D1%80#Text> [in Ukrainian]
15. Susidenko V. T. (2016). Informacijni systemy i tekhnologiji v obliku [Information systems and technologies in accounting]. *Navch. posib*. Kyjiv: Centr uchbovoi literatury, 224 p. [in Ukrainian]
16. Uzhva A. M., Lobanj K. B. (2017). Udoskonalennja oblikovoji polityky v systemi rozrakhunkiv za vyplatamy pracivnykam na pidpryjemstvi [Improvement of accounting policy in the system of settlements for payments to employees at the enterprise]. *Naukovyj visnyk Mykolajivsjkogho nacionaljnogho universytetu imeni V. O. Sukhomlinsjkogho. Ekonomichni nauky*. № 2. P. 196–199. [in Ukrainian]
17. Calj-Calko Ju. S., Moroz Ju. Ju. (2019). Statystychno-oblikove zabezpechennja ocinjuvannja jakosti zajnjatosti personalu na pidpryjemstvi za pokaznykom dodanoji vartosti [Statistical and accounting support for assessing the quality of employment of personnel at the enterprise in terms of value added]. *Biznes Inform.* № 1. P. 358–363. [in Ukrainian]
18. Shepeljuk V. A., Burkova L. A. (2021). Oblik potochnykh vyplat pracivnykam: protyrichhja u nacionalnomu ta mizhnarodnomu standartakh [Accounting for current payments to employees: contradictions in national and international standards]. *Vcheni zapysky universytetu “KROK”. Serija: Ekonomika*. Vyp. 2. P. 53–62. [in Ukrainian]

Зайченко Катерина Сергіївна

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри підприємництва і торгівлі

Національний університет «Одеська політехніка»

Zaichenko Kateryna

PhD in Economics, Associate Professor

Odesa Polytechnic National University

ORCID: 0000-0002-0975-2175

Сулим Ірина Костянтинівна

здобувачка вищої освіти першого (бакалаврського) рівня

Національного університету «Одеська політехніка»

Sulym Iryna

Applicant for higher Education of the first (Bachelor's) Level of the

Odesa Polytechnic National University

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8081

ОПЕРАЦІЙНИЙ ЛЕВЕРИДЖ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

OPERATIONAL LEVERAGE AND ITS INFLUENCE ON THE FORMATION OF THE PRICE POLICY OF THE ENTERPRISE

Анотація. У статті проведено дослідження впливу операційного левериджу на процес формування цінової політики підприємства. Проаналізовано підходи до трактування поняття «операційний леверидж» вітчизняних та зарубіжних вчених, наведено їх порівняльну характеристику. Виділено ключові аспекти, за якими розглядається операційний леверидж, зокрема такі: можливість впливу; механізм управління; взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції; взаємозв'язок структури витрат і операційного прибутку; частка постійних витрат; оцінка цінової політики; встановлення ціни. Визначено, що зарубіжні вчені розглядають операційний леверидж відповідно його впливу на ціноутворення та формування цінової політики. В той час як вітчизняними вченими – з позиції його впливу на основні показники фінансово-господарської діяльності, зокрема обсяг реалізації продукції, виручку від реалізації та операційний прибуток. Визначено, що за рахунок використання операційного левериджу підприємство здатне проводити моніторинг структури витрат і приймати управлінські рішення щодо оптимальності рівня ціни його продукції. Проведено дослідження основних етапів розробки цінової політики, що складається з шести етапів: вибір цільової політики, оцінка попиту, аналіз витрат, аналіз цін конкурентів, вибір методу ціноутворення, встановлення ціни, оцінка ефективності цінової політики. Визначено, що розрахунок операційного левериджу варто проводити на етапі аналізу витрат з метою визначення оптимальної їх структури відповідно до ресурсів, можливостей та потенціалу підприємства. Виявлено, що рівень операційного левериджу, який характеризує співвідношення постійних та змінних витрат у їх структурі, здатний відобразити оптимальність ціни та спроможність підприємства її покривати та при необхідності впливати на управлінські рішення щодо обсягу реалізації продукції та структури витрат.

Ключові слова: операційний леверидж, ціна, цінова політика, підприємство, ефективність.

Summary. The article examines the impact of operational leverage on the process of forming the pricing policy of the enterprise. Approaches to the interpretation of the concept of «operational leverage» of domestic and foreign scientists are analyzed, their comparative characteristics are given. The key aspects of operational leverage are highlighted, including: impact; control mechanism; the relationship between profit and output; the relationship between cost structure and operating profit; share of fixed costs; assessment of pricing policy; pricing. It is determined that foreign scientists consider operational leverage in accordance with its impact on pricing and pricing policy. While domestic scientists examine from the standpoint of its impact on

key indicators of financial and economic activities, including sales, sales revenue and operating profit. It is determined that due to the use of operational leverage the company is able to monitor the cost structure and make management decisions about the optimal price level of its products. A study of the main stages of pricing policy development identify six ones: the choice of target policy, demand assessment, cost analysis, analysis of competitors' prices, choice of pricing method, pricing, evaluation of the effectiveness of pricing policy. It is determined that the calculation of operating leverage should be carried out at the stage of cost analysis in order to determine their optimal structure in accordance with the resources, capabilities and potential of the enterprise. It was found that the level of operating leverage, which characterizes the ratio of fixed and variable costs in their structure, can reflect the optimal price and ability of the company to cover them and, if necessary, influence management decisions on sales and cost structure.

Key words: operating leverage, price, pricing policy, enterprise, efficiency.

Постановка проблеми. Динамічний темп розвитку зовнішнього та внутрішнього середовища формує нові умови ведення підприємницької діяльності, що також залежать від впливу низки факторів. Незмінними є найбільш пріоритетні цілі, які підприємці намагаються домогтись, зокрема максимізувати рівень прибутку, оптимізувати витрати підприємства, розширити ринки збуту, підвищити обсяги реалізації, сформувати ефективну цінову політику. Їх досягнення стане можливим за рахунок запровадження комплексу інструментів, а саме фінансових, маркетингових, управлінських, організаційних, реалізація яких забезпечить не лише стійкість функціонування підприємства, а і його розвиток. Серед таких інструментів є операційний леверидж, що не досить розповсюджений у практиці вітчизняних підприємств через складність його реалізації або недостатній рівень поінформованості. Саме тому особливої актуальності набувають дослідження, що направлені на висвітлення його широкого спектру дії у багатьох напрямках діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичний зміст економічної категорії «операційний леверидж» розглядається багатьма вітчизняними науковцями, зокрема Ю. Верлановим [5], В. Гераймович [1], В. Іванютою [4], О. Лугівською [2], П. Смірноюю [3]. Щодо аспектів запровадження концепції операційного левериджу у процес розробки цінової політики, переважно вони висвітлені у роботах зарубіжних науковців, зокрема Ахсан Хабіб [15], Марко Паганіні [16], Ченхо Се та Чуо-Сюань Лі [6] та ін.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення впливу операційного левериджу на процес формування цінової політики.

Виклад основного матеріалу. Операційний леверидж — це базова концепція CVP-аналізу, за допомогою якого підприємство здатне визначати динаміку прибутку підприємства за рахунок зміни інших показників його діяльності (виручки,

обсягу реалізації, структури витрат, ціни та ін.). Розглянемо більш детально підходи до визначення поняття «операційний леверидж» та визначимо ключовий аспект, що його характеризує (табл. 1).

Таким чином операційний леверидж є однією з найбільш значимих економічних категорій, що здатний забезпечити досягнення поставлених цілей та задач як окремого бізнес-процесу, так і підприємницької діяльності в цілому. Теоретичний базис терміну «операційний леверидж» відображено у дослідженнях вітчизняних та зарубіжних науковців. На нашу думку, ключовими ознаками вище відзначених підходів є: можливість впливу, механізм управління, взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції, взаємозв'язок структури витрат і операційного прибутку, частка постійних витрат, оцінка цінової політики, встановлення ціни. Слід відзначити, що вітчизняні науковці вбачають у понятті «операційний леверидж» його вплив на ключові показники фінансово-господарської діяльності. В той час як зарубіжні науковці розглядають дану економічну категорію як інструмент, що має вплив на цінову політику та процес ціноутворення.

Посна Н. І., Танцюра А. І. та Голева А. С. відзначають, що «операційний леверидж є головним інструментом управління чистим фінансовим результатом від операційної діяльності, що проявляється у раціональному співвідношенні постійних та змінних витрат» [8]. Аналізуючи динаміку топ-менеджмент підприємства приймає рішення стосовно планування певних змін його прибутку відповідно до позитивних чи негативних змін обсягу реалізації.

Серед управлінських завдань, які вирішуються підприємством, із застосуванням концепції операційного левериджу, Радіонова Н. Й. також виділяє «обґрунтування ціни, в тому числі, для забезпечення підвищення конкурентоспроможності продукції за рахунок зниження витрат і формування, на цій основі, ефективної цінової політики» [9].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика підходів до формулювання поняття «операційний леверидж»

Вчені	Змістовна характеристика («операційний леверидж — це ...»)	Ключовий аспект
Скрипник Г.О., Гераймович В.Л. [1]	потенційна можливість впливати на валовий прибуток шляхом зміни структури собівартості й об'єму випуску продукції.	<i>можливість впливу</i>
Іванюта П.В., Лугівська О.П. [2]	механізм управління прибутком підприємства, який ґрунтується на оптимізації співвідношення постійних і змінних витрат.	<i>механізм управління</i>
Чорна М.В., Смірнова П.В., Бугріменко Р.М. [3]	показник, що характеризує відносну зміну прибутку внаслідок відносної зміни обсягу продажу продукції.	<i>взаємозв'язок прибутку і обсягу продукції</i>
Іванюта В.Ф. [4]	показник, що характеризує вплив структури витрат на величину операційного прибутку.	<i>взаємозв'язок структури витрат і операційного прибутку</i>
Верланов Ю.Ю., Бурлан С.А., Верланов О.Ю. [5]	частка постійних витрат у загальних витратах підприємства на виробництво й реалізацію продукції (надання послуг).	<i>частка постійних витрат</i>
Ченхо Се Чуо-Сюань Лі [6]	інструмент оцінки цінової політики бізнесу.	<i>оцінка цінової політики</i>
Ті Корлі [7]	інструмент обліку витрат, який може використовуватись для встановлення цін і забезпечення беззбитковості.	<i>встановлення ціни</i>

Джерело: систематизовано автором на основі [1–7]

Ціна є одним із факторів, що впливає на обсяг виручки підприємства, що в свою чергу і визначає його фінансовий результат. За рахунок того, що операційний леверидж відображає структуру витрат, він також дає змогу визначити, чи правильно сформована ціна продукції і чи покриваються всі витрати, що несе підприємство на її виробництво. Через неефективну цінову політику досить часто підприємства стикаються з ситуацією, коли високий рівень продажів не забезпечує покриття постійних та змінних витрат. Показники операційного левериджу дають змогу проводити контроль питомої ваги постійних витрат у їх структурі, що є дуже важливим через незалежність їх величини від обсягу продажів.

Добровольська О.В. та Дуброва Н.П. також відзначають, що однією з переваг використання концепції операційного левериджу у системі управління підприємством є «зростання його доходів за рахунок розроблення ефективної цінової та кредитної політики, що дасть можливість збільшити обсяги реалізації продукції» [10].

Економічна сутність ефективної цінової політики проявляється у визначенні такого рівня ціни, що здатний забезпечити вирішення стратегічних та тактичних цілей підприємства.

Існує досить багато підходів до визначення поняття «цінова політика», проте вважаємо, що найбільш повно його трактує Кузьмін А.В., а саме, що «цінова політика — визначення ціни на товар

з урахуванням витрат виробництва, цін конкурентів, величину попиту, транспортних витрат, надбавок і знижок, митних та інших зборів, витрат на рекламу й стимулювання збутом, психологічної реакції покупців та ін.» [11].

Розглянемо основні етапи розробки цінової політики підприємства (рис. 1).

Розробка цінової політики — багатоетапний процес, визначення яких залежить від сфери діяльності та ресурсного забезпечення підприємства. Попри це зазвичай виділяють такі основні етапи: вибір цілі цінової політики, оцінка попиту на продукцію, аналіз витрат та цін основних конкурентів, вибір методики ціноутворення та проведення оцінки ефективності цінової політики на предмет того, на скільки досягається визначена ціль цінової політики.

Саме на першому етапі, відповідно до обраної цілі, керівництво оцінює ресурси та власні можливості, необхідні для забезпечення її досягнення. Серед основних цілей цінової політики виділяють такі: забезпечення існування підприємства, максимізація прибутку, утримання існуючого положення на ринку. Кожна з вище зазначених цілей обирається підприємством відповідно до стану ринку, рівня конкурентної боротьби, споживчого потенціалу та ін. Саме тому на даному етапі доцільно провести обґрунтування витрат відповідно до усіх вище відзначених факторів, структура яких має вплив на ефективність функціонування підприємства в цілому.

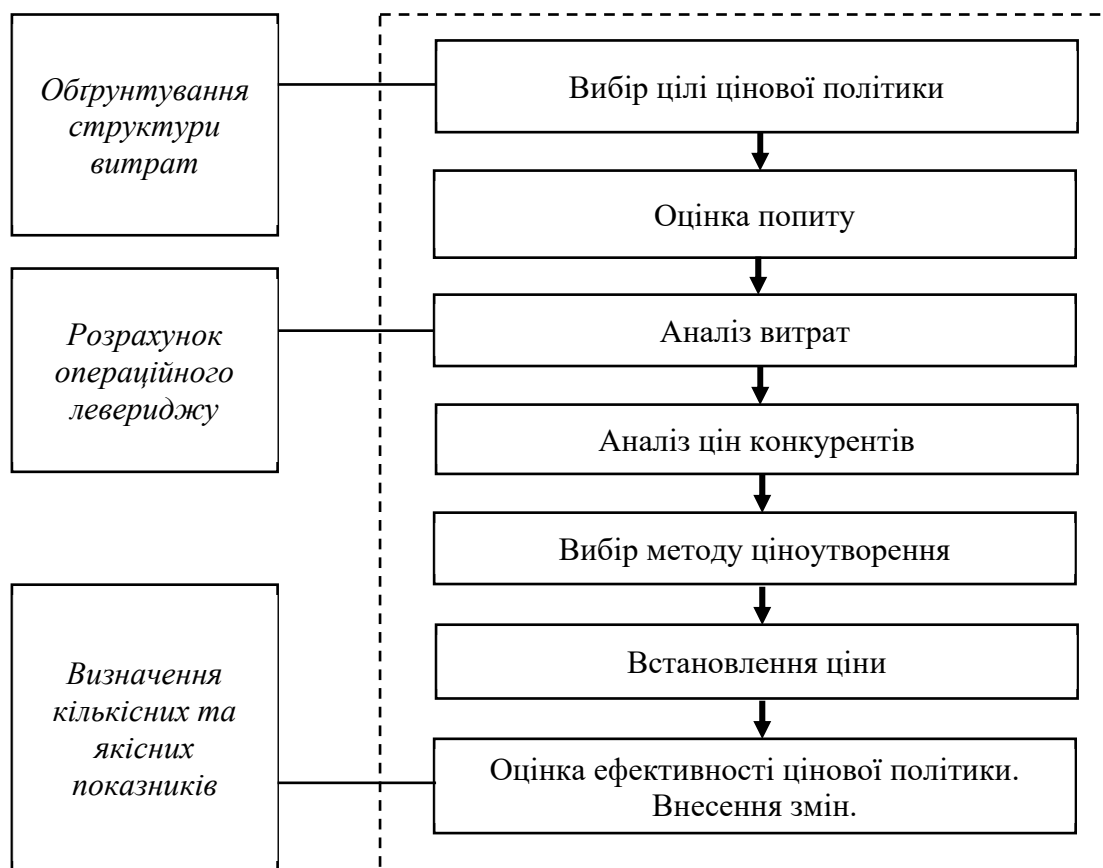


Рис. 1. Етапи розробки цінової політики
Джерело: побудовано автором на основі [12–14]

Після проведення оцінки попиту, що сформувався на ринку, варто проаналізувати витрати. Ці два етапи є підґрунтям для визначення ціни продукції, адже вони забезпечують визначення мінімального та максимального її рівня. З точки зору впливу операційного левериджу, даний етап є важливим через визначення рівня виробничого ризику, залежності між операційним прибутком та обсягом реалізації, а також між маржинальним та операційним прибутком. Високий рівень операційного левериджу свідчить про необхідність підприємству підвищувати обсяг реалізації, щоб гарантувати покриття всіх своїх постійних витрат. Це також вказує на те, що підприємство використовує власні основні засоби для стабільного його функціонування, що відображає високий ступінь залежності від них. Таким чином у нього є всі можливості для збільшення прибутку. Якщо рівень операційного левериджу низький, це свідчить про те, що підприємство використовує змінні активи для стабільного функціонування підприємства, що буде негативно впливати на рівень маржинального прибутку.

Наступні три етапи пов'язані з проведенням аналізу цін на продукцію у основних конкурентів, визначення методу, за яким буде встановлюватись ціна, та останній — оцінки ефективності цінової політики. Отримані результати є відображенням ефективності запровадження цінової політики та відповідності поставлених цілі на першому етапі.

Висновки. Операційний леверидж досить активно використовується зарубіжними підприємствами, що доводить його ефективність у підприємницькій діяльності. Рівень операційного левериджу надає змогу контролювати структуру витрат. При ціноутворенні та формуванні цінової політики операційний леверидж забезпечує визначення оптимальної ціни, яка забезпечить їх покриття та отримання прибутку. Рівень операційного левериджу показує, на скільки прийнятним є рівень маржинального прибутку для покриття постійних витрат та операційного — для покриття усіх витрат підприємства. Саме тому необхідно і надалі проводити дослідження основних теоретичних та практичних аспектів операційного левериджу для подальшого їх застосування вітчизняними підприємствами.

Література

1. Скрипник Г. О., Гераймович В. Л. Інвестування: навч. посіб. Київ: ЦП «Компринт», 2015. 307 с.
2. Іванюта П. В., Лугівська О. П. Управління ресурсами та витратами: навч. посіб. / За ред. С. М. Іванюти. Київ: Центр навч. літерат., 2009. 320 с.
3. Чорна М. В., Смірнова П. В., Бугріменко Р. М. Управління витратами: навч. посіб. Харків, 2017. 166 с.
4. Іванюта В. Ф. Методологічні підходи щодо визначення беззбитковості аграрного виробництва: розділ монографії. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6276> (дата звернення: 15.05.2022).
5. Верланов Ю. Ю. Управлінський облік: сучасна теорія і практика: навчальний посібник. Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2015. 340 с.
6. Hsieh, Chengho & Lee, Chuohsuan. The Role of Operating Leverage in Pricing Decisions. The Journal of Cost Analysis & Management. 2007. № 9. P. 29–36. URL: https://www.researchgate.net/publication/272121889_The_Role_of_Operating_Leverage_in_Pricing_Decisions. (дата звернення: 20.05.2022).
7. Tee Corley Operating Leverage: Do You Know Your Break-Even Point? URL: <https://leverage.com/financing/operating-leverage/> (дата звернення: 05.06.2022).
8. Посна Н. І., Танцюра А. І., Голева А. С. Операційний леверидж як важливий інструмент управління операційним прибутком підприємства. Економіка і підприємництво: організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу. Вип. 19. Том 2. Полтава. 2019. С. 72–75.
9. Радіонова Н. Й. Вплив механізму виробничого левериджу на управління витратами промислового підприємства. Вісник соціально-економічних досліджень. 2018. № 1. С. 119–124. URL: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2018/65/pdf/119-124.pdf>. (дата звернення: 06.06.2022).
10. Добровольська О. В., Дуброва Н. П. Сутність операційного левериджу та методика його розрахунку. Причорноморські економічні студії. 2021. Випуск 62. С. 124–128. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/62_2021/22.pdf. (дата звернення: 01.06.2022).
11. Гальчинська Ю. М. Обґрунтування механізму ціноутворення та формування маркетингової цінової політики. Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 6. С. 27–30.
12. Гросул В., Филипенко О. Процес формування цінової політики підприємств роздрібної торгівлі продовольчими товарами. Схід. 2010. № 7 (107). С. 22–27.
13. Zaichenko K., Probnayak O. Optimization of cash flows at the enterprise. Science of post-industrial society: globalization and transformation processes: II Correspondence International Scientific and Practical Conference (Vinnytsia-Vienna, 19th November, 2021). Vinnytsia, 2021. P. 81–83.
14. Обозна В. В. Цінова політика в системі управління збутовою діяльністю на підприємстві. Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. 2017. Вип. 1(2). С. 7–12. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1(2)_3). (дата звернення: 27.05.2022).
15. M.d. Babar, Ahsan Habib Product market competition and operating leverage. The Journal of Corporate Accounting and Finance. 2022. Vol. 1–28 URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jcaf.22558>. (дата звернення: 07.06.2022).
16. Marco A. Paganini Potential and Real Operating Leverage. International Journal of Economics and Finance. 2019. Vol. 11. No. 8. URL: <https://pdfs.semanticscholar.org/7339/cc5c5c60dfd4f8feba6f30f52d3e23b354dc.pdf>. (дата звернення: 15.06.2022).

References

1. Skrypnyk Gh.O., Gherajmovych V. L. (2015). Investuvannja [Investment] Kyiv: CP "Komprynt" [In Ukrainian].
2. Ivanyuta P. V., Luhivs'ka O.P. (2009). Upravlinnya resursamy ta vytratamy [Resource and cost management] In Ivanyuta S. M. (Eds.) Kyiv: Tsentr navchal'noyi literatury [In Ukrainian].
3. Chorna M. V., Smirnova P. V., Buhrimenko R. M. (2017). Upravlinnia vytratamy [Cost management] Kharkiv [In Ukrainian].
4. Ivanyuta V. F. (2008). Metodolohichni pidkhody shchodo vyznachennya bezzbytkovosti ahrarynoho vyrobnytstva: rozdil monohrafiyi [Methodological approaches to determining the break-even point of agricultural production]. Retrieved from: <http://dspace.puet.edu.ua/handle/123456789/6276> [In Ukrainian].
5. Verlanov Yu. Yu. (2015). Upravlins'kyi oblik: suchasna teoriya i praktyka [Management accounting: modern theory and practice] Mykolayiv: CHDU im. Petra Mohyly [In Ukrainian].
6. Chengho H. & Chuohsuan L. (2007). The Role of Operating Leverage in Pricing Decisions. The Journal of Cost Analysis & Management. Issue. 9. Retrieved from: https://www.researchgate.net/publication/272121889_The_Role_of_Operating_Leverage_in_Pricing_Decisions [In English].

-
7. Tee Corley Operating Leverage: Do You Know Your Break-Even Point? URL: <https://leverage.com/financing/operating-leverage/> [In English].
 8. Posna N. I., Tantsyura A. I., Holyeva A. S. (2019). Operating leverage as an important tool for managing operating profit of the enterprise. *Economics and entrepreneurship: organizational and methodological aspects of accounting, finance, audit and analysis*. (Issue 19 Vol. 2). P. 72–75 [In Ukrainian].
 9. Radionova N. Y. (2018). The influence of the mechanism of production leverage on the cost management of industrial enterprises. *Bulletin of socio-economic research* Vol. 1. p. 119–124. Retrieved from: <http://vsed.oneu.edu.ua/collections/2018/65/pdf/119-124.pdf> [In Ukrainian].
 10. Dobrovol's'ka O. V., Dubrova N. P. (2021). The essence of operational leverage and methods of its calculation. *Black Sea Economic Studies*. Issue 62. p. 124–128. URL: http://bses.in.ua/journals/2021/62_2021/22.pdf [In Ukrainian].
 11. Hal'chyns'ka YU. M. (2014). Substantiation of the pricing mechanism and formation of marketing pricing policy. *Investments: practice and experience*. Issue 6. p. 27–30 [In Ukrainian].
 12. Hrosul V., Fylypenko O. (2010). The process of forming the pricing policy of food retailers. *East*. Issue 7 (107). p. 22–27 [In Ukrainian].
 13. Zaichenko K., Probynyak O. (2021). Optimization of cash flows at the enterprise. *Science of post-industrial society: globalization and transformation processes: II Correspondence International Scientific and Practical Conference (Vinnytsia-Vienna, 19th November, 2021)*. p. 81–83 [In English].
 14. Obozna V. V. (2017). Price policy in the management system of sales activities at the enterprise. *Economic Bulletin of the Zaporozhye State Engineering Academy*. Issue 1(2). p. 7–12. Retrieved from: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1\(2\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1(2)_3) [In Ukrainian].
 15. Babar M. d., & Habib A. (2022). Product market competition and operating leverage. *Journal of Corporate Accounting & Finance*, 1–28. doi: <https://doi.org/10.1002/jcaf.22558>. Retrieved from: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jcaf.22558> [In English].
 16. Marco A. Paganini (2019). Potential and Real Operating Leverage. *International Journal of Economics and Finance* Vol. 11. Issue. 8. Retrieved from: <https://pdfs.semanticscholar.org/7339/cc5c5c60dfd4f8feba6f30f52d3e23b-354dc.pdf> [In English].

Князь Святослав Володимирович
доктор економічних наук, професор
Національний університет «Львівська політехніка»
Kniaz Sviatoslav
D. Sc. (Economics), Professor
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0002-7236-1759

Скриньковський Руслан Миколайович
кандидат економічних наук, професор
Львівський університет бізнесу та права
Skrynkovskyi Ruslan
PhD in Economics, Professor
Lviv University of Business and Law
ORCID: 0000-0002-2180-8055

Коновалюк Ірина Василівна
аспірант
Національного університету «Львівська політехніка»
Konovalyuk Iryna
Postgraduate Student of the
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-2143-9621

Русин-Гриник Роман Романович
доктор філософії
Національний університет «Львівська політехніка»
Rusyn-Hrynyk Roman
PhD
Lviv Polytechnic National University
ORCID: 0000-0003-2895-6437

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8029

ВИБІР ДЖЕРЕЛ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ І МЕТОДІВ МОНІТОРИНГУ ДІЯЛЬНОСТІ БІЗНЕС–СТРУКТУРИ

SELECTION OF SOURCES OF INFORMATION AND METHODS FOR MONITORING THE ACTIVITIES OF A BUSINESS STRUCTURE

Анотація. У статті розкрито та обґрунтовано теоретичні аспекти вибору джерел отримання потрібної та актуальної інформації, за допомогою якої відбувається вибір методу моніторингу діяльності бізнес-структури. Доведено, що практичну цінність має отримання інформації з альтернативних джерел. Оскільки об'єктивними вважають відомості, які мають документальне підґрунтя або які підтверджуються з кількох джерел. Проведено побудову класифікації джерел отримання управлінської інформації. Обґрунтовано, що з перелічених класифікацій джерел отримання інформації, слід виділяти тільки ті класифікаційні ознаки і види джерел отримання інформації, які мають найбільшу практичну значущість. Наведено відповідність джерел отримання інформації методам моніторингу, а саме – виділено види джерел отримання інформації, джерела отримання відповідної інформації та відповідні методи проведення моніторингу. Проведено експертне опиту-

вання щодо частоти використовуваних бізнес-структурами методів моніторингу. Дане опитування показало, що серед наведених методів моніторингу найбільш часто застосовуваними є метод порівняння. З'ясовано, що систематизована сукупність джерел отримання інформації і методів моніторингу є передумовою для можливості практичного застосування системи моніторингу на практиці. Наведено модель моніторингу діяльності бізнес-структури через призму топологічного та метричного просторів, що показує достовірність та своєчасність отримання інформації. Проаналізовано, що у відкритих економіко-управлінських системах, до яких належить і система моніторингу діяльності бізнес-структур, аналіз ідентифікованих чинників виконується для прийняття рішення про використання виявлених можливостей об'єкта моніторингу чи його середовища або ж для розв'язання конкретних проблем.

Ключові слова: бізнес-структура, методи моніторингу, експертний аналіз, джерела інформації.

Summary. The article reveals and substantiates the theoretical aspects of selection the sources of necessary and relevant information, which is used to choose the method of monitoring the activities of the business structure. It is proved that it is of practical value to obtain information from alternative sources. Because, objective, information is considered to be documented or corroborated by several sources. The classification of sources of management information is constructed. It is substantiated that from the listed classifications of sources of information, it is necessary to distinguish only those classification features and types of sources of information that have the greatest practical significance. The correspondence of sources of information to the methods of monitoring is given, namely the types of sources of information, sources of relevant information and relevant methods of monitoring are identified. An expert survey was conducted on the frequency of monitoring methods used by business structures. This survey showed that among the above monitoring methods, the most commonly used is the comparison method. It is found out the systematized set of sources of information and monitoring methods is a prerequisite for the possibility of practical application of the monitoring system in practice. The model of monitoring the activity of the business structure through the prism of topological and metric spaces is shown, which shows the reliability and timeliness of information. It is analyzed that in open economic and management systems, which includes the system of monitoring the activities of business structures, the analysis of identified factors is performed to decide on the use of identified capabilities of the monitored object or its environment or to solve specific problems.

Key words: business structure, monitoring methods, expert analysis, sources of information.

Постановка проблеми. Важливим етапом формування і використання системи моніторингу діяльності бізнес-структур є вибір джерел отримання інформації і методів моніторингу. Попри різноманітність джерел отримання інформації (відомостей і/або даних) суб'єктами управління діяльністю бізнес-структур, передусім, практичну цінність має саме альтернативність джерел. Це пов'язано з тим, що об'єктивними, зазвичай, вважають відомості і/або дані, які мають документальне підґрунтя або які підтверджуються з кількох надійних і незалежних між собою джерел. Враховуючи наведене вище, очевидно, що альтернативність джерел отримання інформації є досить важливим аспектом і це необхідно передбачити та врахувати під час створення системи моніторингу діяльності бізнес-структури, особливо в умовах її автоматизації і алгоритмізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Узагальнення огляду і результати аналізу літературних джерел [1–22], зокрема — S. Rao Siriginidi [1], B. Norton [2], H. Hall [3], M. Volpi [4], C. P. Ug-bala, K. A. Owolabi, A. O. Adesina, T. B. Ajayi [5], J. Gyme, I. Salazar, P. Vargas [6], S. Nilakanta, R. W. Scamell [7], M. Weiss [8], J. Chan, J. Brier, Z. Farhadi [9], A. D'Amato, M. Giaccherini, M. Zoli

[10], дозволяє стверджувати, що серед великого різноманіття авторських підходів до побудови класифікації джерел інформації, що необхідні для формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур, слід виділяти тільки ті класифікаційні ознаки і види джерел отримання інформації, які можуть мати практичну значущість. Критичний аналіз авторських підходів показав, що визначення вдалих кваліфікаційних ознак та видів джерел отримання достовірної інформації нададуть конкурентних переваг бізнес-структурі на ринку.

Мета статті. Метою статті є виділити та обґрунтувати кваліфікаційні ознаки і види джерел отримання інформації для проведення моніторингу діяльності бізнес-структур.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним з важливих кроків для формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур є вибір джерел отримання інформації і методів моніторингу. Першим кроком до виконання цього завдання є побудова класифікації джерел отримання управлінської інформації (табл. 1).

За результатами проведеного дослідження встановлено, що з представленої класифікації джерел отримання інформації (див. рис. 1), слід виділяти

Таблиця 1

Класифікація джерел отримання інформації

Класифікаційні ознаки	Види джерел отримання інформації
За змістом	Джерела прямої інформації, джерела опосередкованої інформації
За джерелом	Внутрішні і зовнішні джерела отримання інформації
За характером	Джерела планово-нормативної та прогнозової інформації, джерела фактичної інформації

тільки ті класифікаційні ознаки і види джерел отримання інформації, які мають найбільшу практичну значущість. Як наслідок, виокремлено 3-и класифікаційні ознаки:

1) за змістом:

- джерела прямої інформації (джерела інформації, які безпосередньо містять відомості і/або дані про об'єкт моніторингу. На їхній основі можна дійти до однозначного висновку про певні параметри об'єкта моніторингу. Наприклад, плани, накази чи розпорядження щодо розвитку бізнес-структури; статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; бізнес-процеси у бізнес-структурі; відгуки працівників бізнес-структури; відгуки споживачів і бізнес-партнерів; нормативно-правові акти будь-якого виду (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо), які стосуються діяльності бізнес-структури);
- джерела опосередкованої інформації (джерела інформації, які містять опосередковані відомості і/або дані про об'єкт моніторингу і, як наслідок, ці відомості і/або дані потребують додаткового опрацювання і підтвердження з інших джерел для формування однозначного висновку. Наприклад, аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; позиції і дії конкурентів; ринкові індекси та рейтинги тощо);

2) за джерелом:

- внутрішні джерела отримання інформації (джерела інформації у внутрішньому середовищі бізнес-структури. Наприклад, плани, накази і розпорядження, інструкції щодо розвитку бізнес-структури; статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; бізнес-процеси у бізнес-структурі; відгуки працівників бізнес-структури);
- зовнішні джерела отримання інформації (джерела інформації у зовнішньому середовищі бізнес-структури. Наприклад, нормативно-правові акти будь-якого виду (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо), які стосуються діяльності бізнес-структури; засоби масової інформації і контактні аудиторії; відгуки споживачів і бізнес-партнерів; аналітичні огляди і

звіти експертів, фахівців за проблемою; позиції і дії конкурентів; ринкові індекси та рейтинги);

3) за характером:

- джерела планово-нормативної інформації та прогнозової (джерела інформації, які містять порівняльну базу для здійснення моніторингу, тобто — планові і нормативні значення параметрів об'єкта моніторингу, наприклад, плани, накази і розпорядження щодо розвитку бізнес-структури; нормативно-правові акти будь-якого виду (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо); засоби масової інформації і контактні аудиторії; аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; позиції конкурентів);
- джерела фактичної інформації (джерела інформації, які дозволяють ідентифікувати фактичні, поточні параметри, які характеризують об'єкт моніторингу, наприклад, статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; бізнес-процеси у бізнес-структурі; відгуки працівників бізнес-структури; засоби масової інформації; відгуки споживачів і бізнес-партнерів; аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; позиції і дії конкурентів; ринкові індекси та рейтинги).

У табл. 2 наведено відповідність джерел отримання інформації методам моніторингу.

Перелік методів, наведених у табл. 2 є невичерпним, проте це найбільш часто використовуваний перелік методів моніторингу, який застосовується бізнес-структурами для отримання первинної інформації, а також для її обробки.

Результати експертного опитування наведені на рис. 1. Опитування респондентів показало, що серед наведених у табл. 2 методів моніторингу, найбільш часто застосовуваними є метод порівняння (25%), індексний метод (13%), метод експертних оцінок (9%) і метод спостереження (7%). Загалом, ці методи застосовують 54% опитаних. Не так часто, але також поширеними є методи контент-аналізу (6%), метод систематизації (6%), методи індукції (4%) та дедукції (4%), метод узагальнення (3%).

Систематизована сукупність джерел отримання інформації і методів моніторингу є передумовою

Таблиця 2

Відповідність джерел отримання інформації методам моніторингу

Види джерел отримання інформації	Джерела отримання інформації	Методи моніторингу
Джерела прямої інформації	– Плани, накази і розпорядження щодо розвитку бізнес-структури; – статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; – бізнес-процеси у бізнес-структурі; – відгуки працівників бізнес-структури; – відгуки споживачів і бізнес-партнерів; – нормативно-правові акти (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо), які стосуються діяльності бізнес-структури	– Метод порівняння; – індексний метод; – метод спостереження; – метод контент-аналізу; – метод експертних оцінок; – метод індукції; – метод дедукції; – метод узагальнення; – метод систематизації тощо
Джерела опосередкованої інформації	– Аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; – позиції і дії конкурентів; – ринкові індекси та рейтинги	– Метод індукції; – метод дедукції; – метод узагальнення; – метод контент-аналізу тощо
Внутрішні джерела отримання інформації	– Плани, накази і розпорядження щодо розвитку бізнес-структури; – статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; – бізнес-процеси у бізнес-структурі; – відгуки працівників бізнес-структури	– Метод порівняння; – індексний метод; – метод спостереження; – метод контент-аналізу; – метод експертних оцінок; – метод індукції; – метод дедукції; – метод узагальнення; – метод систематизації тощо
Зовнішні джерела отримання інформації	– Нормативно-правові акти (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо), які стосуються діяльності бізнес-структури; – засоби масової інформації; – відгуки споживачів і бізнес-партнерів; – аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; – позиції і дії конкурентів; – ринкові індекси та рейтинги	– Метод індукції; – метод дедукції; – метод узагальнення; – метод контент-аналізу; – метод систематизації тощо
Джерела планово-нормативної та прогнозної інформації	– Плани, накази і розпорядження щодо розвитку бізнес-структури; – нормативно-правові акти (закони, постанови, накази, розпорядження, інструкції тощо); – засоби масової інформації; аналітичні огляди і звіти експертів; – позиції конкурентів	
Джерела фактичної інформації	– Статистична, фінансова та управлінська звітність бізнес-структури; – бізнес-процеси у бізнес-структурі; – відгуки працівників бізнес-структури; – засоби масової інформації; – відгуки споживачів і бізнес-партнерів; – аналітичні огляди і звіти експертів, фахівців за проблемою; – позиції і дії конкурентів; – ринкові індекси та рейтинги	– Метод порівняння; – індексний метод; – метод спостереження; – метод контент-аналізу; – метод експертних оцінок; – метод індукції; – метод дедукції; – метод узагальнення; – метод контент-аналізу; – метод систематизації тощо

для можливості практичного застосування системи моніторингу на практиці. Попри це, слід визнати, що в даному випадку об'єкт моніторингу визначає вимоги до системи моніторингу. Однією з них є автоматизація, і як наслідок, алгоритмізація моніторингу. Це пов'язано із широтою переліку

параметрів, які характеризують об'єкт моніторингу і великою кількістю факторів, які впливають на ці значення. Враховуючи це, цілі моніторингу діяльності бізнес-структури, джерела отримання інформації, методи моніторингу і отриману інформацію на виході із системи моніторингу доцільно

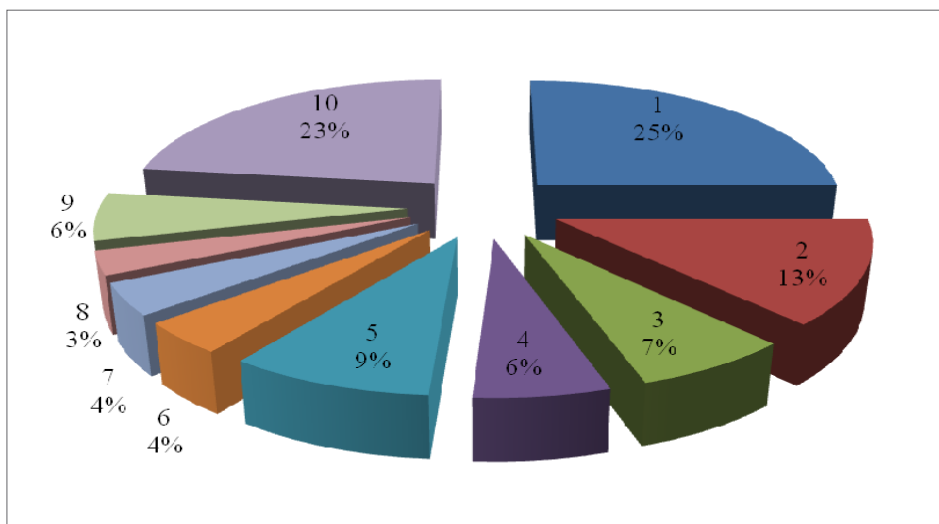


Рис. 1. Результати експертного опитування щодо частоти використовуваних бізнес-структурами методів моніторингу

Умовні позначення: 1 — метод порівняння; 2 — індексний метод; 3 — метод спостереження; 4 — метод контент-аналізу; 5 — метод експертних оцінок; 6 — метод індукції; 7 — метод дедукції; 8 — метод узагальнення; 9 — метод систематизації; 10 — інші методи

розглядати через призму топологічних і метричних просторів, що уможливорює певну морфологічну проекцію вхідних даних у вихідні. Формалізувати цю ідею рекомендуємо так:

$$\left. \begin{aligned} \bigcup_{\alpha=1}^{\gamma} C_{\alpha} \supset \bigcup_{\kappa=1}^{\lambda} D_{\kappa} &\equiv \Lambda_{1\dots n}; \\ \bigcup_{\kappa=1}^{\lambda} D_{\kappa} &\supset \kappa_1 \dots \kappa_n; \\ \Lambda_{1\dots n} &\equiv \left\{ \bigcup_{\alpha=1}^{\gamma} C_{\alpha} \mid \bigcup_{\alpha=1}^{\gamma} C_{\alpha} \bigcap \bigcup_{\kappa=1}^{\lambda} D_{\kappa} \cap \left\{ \bigcup_{\mu=1}^{\nu} M_{\mu} \supset \mu_1 \dots \mu_n \right\} \in \bigcup_{\alpha=1}^{\gamma} C_{\alpha} \right\} \\ I_n^1 &\Leftrightarrow r; I_n \wedge I_n^1 \equiv I_n^0 \in X \mid d(I_n^1, I_n^0) < I_n^1, \end{aligned} \right\} (1)$$

де $\bigcup_{\kappa=1}^{\lambda} D_{\kappa}$ — множина джерел інформації ($\kappa_1 \dots \kappa_n$)

у системі моніторингу діяльності бізнес-структури;

$\Lambda_{1\dots n}$ — топологія $\bigcup_{\alpha=1}^{\gamma} C_{\alpha}$ на $\bigcup_{\kappa=1}^{\lambda} D_{\kappa}$; r — радіус

кулі; d — відстань між елементами множини.

У контексті виконуваного дослідження топологічний простір (рис. 2) трактуємо як континуум і систему підмножин. У свою чергу, під метричним простором розуміємо пару певної множини і відстані, визначеної для будь-якої пари елементів цієї множини, тобто йдеться про показники і можливі, значеннями яких вони можуть набувати [16]. Формування моніторингу діяльності бізнес-структури через призму топологічного та метричного просторів, зокрема в частині формалізації цілей моніторингу, джерел отримання

управлінської інформації та методів моніторингу є важливим з огляду на якісні параметри моніторингу діяльності бізнес-структури.

Тут передусім йдеться про достовірність («Достовірність — це те, що показує якість інформації, що відображає її повноту і точність. Вона має такі ознаки, як розбірливість письмової та усної мови, відсутність помилкових або яким-небудь чином перекручених відомостей, невелика можливість помилкового вживання одиниць інформації, що включають в себе букви, символи, біти, цифри. ...» (В. Кузьмін) [17]) та своєчасність отримання інформації (своєчасність отримання інформації безпосередньо пов'язана з фактором часу. Цей параметр, саме в часовому аспекті, характеризує корисність інформації для формування однозначного висновку про стан об'єкта моніторингу і обґрунтування необхідності прийняття регулювального рішення).

Топологічний і метричні простори уможливають перетворення умов для якісного моніторингу на вході у систему моніторингу у результати застосування цієї системи. Як наслідок, топологічний і метричні простори, за інформаційно-аналітичною природою є морфологічною («Термін «морфологія» вживається в багатьох науках стосовно дослідження форм і структури об'єктів, що вивчаються. Сутність цього методу полягає у поділі будь-якої проблеми на відносно незалежні частини, а потім в здійсненні пошуку всіх можливих рішень для практичної реалізації кожної з частин. На першому етапі загальне число всіх можливих рішень дорівнює числу можливих комбінацій. ...»

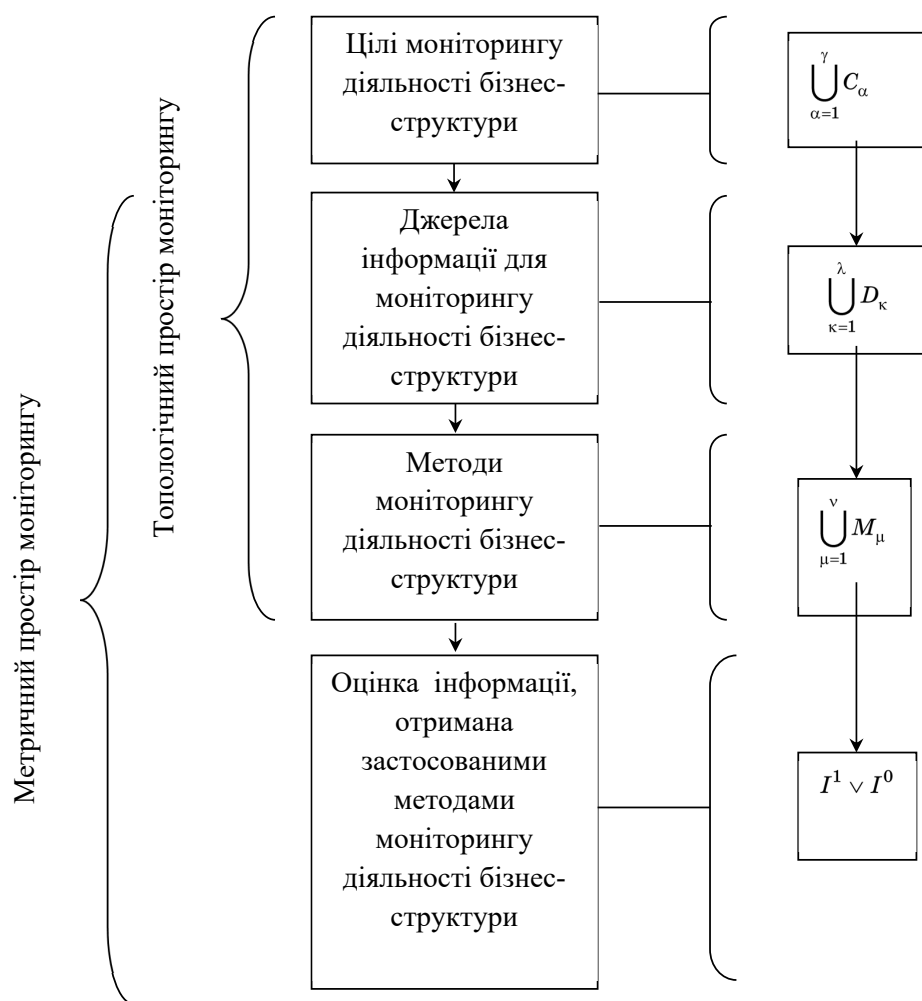


Рис. 2. Модель моніторингу діяльності бізнес-структури через призму топологічного та метричного просторів

[18]) структурою, у якій усі компоненти пов'язані причинно-наслідковими зв'язками, зокрема — через факторні і результативні чинники, що впливають на кожен з рівнів декомпозиції моделі, що наведена на рис. 2. Водночас слід визнати, що проблематичність практичного застосування моделі моніторингу діяльності бізнес-структури через призму топологічного та метричного просторів полягає у тому, серед чинників, які впливають на декомпозиційні рівні моделі є як прямі, так і опосередковані чинники, а також кількісні та якісні. Аналітично обґрунтувати дію опосередкованих, особливо якісних чинників можна на основі якісного аналізу, зокрема у вербальній формі. Попри це, алгоритмізувати процес їх аналізу досить важко, а подекуди можливо лише частково на основі механізму апроксимації даних, який дозволяє перетворювати якісні дані у кількісні. Враховуючи цю обставину, обмежимося кількісними чинниками прямої і опосередкованої дії.

Одним з важливих питань, яке потребує подальшого вирішення — це обрання підходу до

аналізування чинників. Існуючі дослідження, включаючи [13; 20–22], вказують на те, що у відкритих економіко-управлінських системах, до яких належить і система моніторингу діяльності бізнес-структур, аналіз ідентифікованих чинників, як правило, виконується для прийняття рішення про використання виявлених можливостей (потенціалу) об'єкта моніторингу чи його середовища або ж для розв'язання конкретних проблем. У процесі аналізу ідентифікованих чинників суб'єкти управління, враховуючи [10–16; 19–21], розв'язують такі задачі, як:

- оцінювання відносної значущості чинників;
- групування чинників за певною ознакою;
- прогнозування впливу чинників на об'єкт моніторингу у майбутньому.

У теорії статистики і економічного аналізу для виконання цих завдань добре відомими є метод експертних оцінок, метод підстановок, методи клас-терного та дискримінантного аналізу тощо. Незважаючи на це, інформативність застосування цих методів є досить різною під час ретроспективного,

поточного і перспективного аналізу. Це пов'язано із різною доступністю та якістю інформації та джерел її отримання. Крім того, під час виконання аналізу має місце суб'єктивізм самого аналітика. Від бачень, переконань, професіоналізму суб'єктів управління, значною мірою, залежить:

- адекватність вибору джерел отримання інформації;
- адекватність вибору методів моніторингу;
- коректність застосування методів моніторингу;
- відповідність висновків отриманим результатам моніторингу.

Це актуалізує необхідність застосування науково-обґрунтованого підходу до моделювання системи моніторингу діяльності бізнес-структури. Враховуючи це, необхідно побудувати модель аналізування чинників впливу на систему моніторингу діяльності бізнес-структури, яка позбавлена суб'єктивізму і дозволяє суб'єктам, що відповідалі за виконання моніторингу і прийняття управлінських рішень адекватно бачити зв'язки між чинниками прямої та опосередкованої дії. Для виконання цього завдання рекомендується застосувати метод експертних оцінок, кластерний аналіз та метод графічного моделювання. Перший з методів необхідних для оцінювання відносної значущості факторів. Другий для групування факторів. Третій для систематизації факторів у межах побудованих кластерів.

Важливим питанням роботи з будь-якою інформацією та її джерелами також є «... виявлення дезінформації та джерел її походження необхідно: проводити регулярний моніторинг якомога більшої кількості джерел інформації, співставляючи при цьому отримані дані; розрізняти факти та думки; враховувати, чи здатний інформатор за своїм статусом мати доступ до оприлюднених

фактів; враховувати суб'єктивні характеристики джерела; пам'ятати, що особливо легко сприймається та дезінформація, яку ви припускаєте або бажаєте почути; аналізувати ситуацію на предмет виявлення зацікавлених у поширенні дезінформації сторін. Отримані з різних джерел інформації дані можуть стати корисними лише після того, як будуть піддані необхідному аналізу та максимально точному тлумаченню. Показово, що підґрунтя багатьох політичних невдач як правило полягає не в ігноруванні тієї чи іншої інформації, а в її помилковому аналізі. ...» [19].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Враховуючи те, що одним із принципів формування системи моніторингу діяльності бізнес-структур є спрямованість на задоволення інформаційних потреб керівників бізнес-структури, то ключовим завданням створення системи моніторингу є вибір джерел отримання інформації і методів моніторингу. Виконання цього завдання важливе для усіх типів систем моніторингу (ручних, автоматизованих, комбінованих), проте в умовах зростання конкуренції, підвищення рівня інформатизації в бізнесі прискорено змінюються інформаційні потреби суб'єктів управління. Як наслідок, зростають вимоги до об'єктивності вибору джерел отримання інформації і методів моніторингу. Це вимагає моделювання моніторингу діяльності бізнес-структури через призму топологічного та метричного просторів, що уможливило перманентну актуалізацію відповідності складових компонентів моніторингу інформаційним потребам суб'єктів управління. Перспективним напрямком дослідження є механізм проведення якісного моніторингу діяльності бізнес-структури, яка суттєво залежить від низки чинників внутрішнього середовища бізнес-структури.

Література

1. Rao Siriginidi S. Business information: its sources and role in globalization // *New Library World*. 1996. № 97(1). P. 22–28. doi: <https://doi.org/10.1108/03074809610105619>
2. Norton B. Sources and uses of business information // *Aslib Proceedings*. 1992. № 44(4). P. 165–172. doi: <https://doi.org/10.1108/eb051266>
3. Hall H. Online information sources: tools of business intelligence? // *Journal of Information Science*. 2000. № 26(3). P. 139–143. doi: <https://doi.org/10.1177/016555150002600303>
4. Volpi M. Sources of information for innovation: the role of companies' motivations // *Industry and Innovation*. 2017. № 24(8). P. 817–836. doi: <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1271974>
5. Uguala C. P., Owolabi K. A., Adesina A. O., Ajayi T. B. Public Library as a Source of Business Information for Small-Scale Business Enterprises in Nigeria // *Public Library Quarterly*. 2020. № 40(5). P. 454–467. doi: <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1794768>

6. Gymez J., Salazar I., Vargas P. Sources of Information as Determinants of Product and Process Innovation // PLOS ONE. 2016. № 11(4). e0152743. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0152743>
7. Nilakanta S., Scamell R. W. The Effect of Information Sources and Communication Channels on the diffusion of Innovation in a Data Base Development Environment // Management Science. 1990. № 36(1). P. 24–40. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.36.1.24>
8. Weiss M. Business of Open Source: A Case Study of Integrating Existing Patterns Through Narratives // Proceedings of the 23rd European Conference on Pattern Languages of Programs (EuroPLoP '18). 2018, July. Article № 23. P. 1–4. doi: <https://doi.org/10.1145/3282308.3282332>
9. Chan J., Brier J., Farhadi Z., et al. A theoretical analysis of independent business owners' preferences for informal information sources // Proceedings of the Association for Information Science and Technology. 2020. № 57. e352. doi: <https://doi.org/10.1002/pr2.352>
10. D'Amato A., Giaccherini M., Zoli M. The Role of Information Sources and Providers in Shaping Green Behaviors. Evidence from Europe // Ecological Economics. 2019. № 164. 106292. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.04.004>
11. Business Information Sources Committee, B. Outstanding Business Reference Sources 2019 // Reference & User Services Quarterly. 2020. № 59(2). P. 131–133. doi: <https://doi.org/10.5860/rusq.59.2.7278>
12. Kniaz S., Skrynkovskyy R., Heorhiadi N., Sopilnyk L., Rusyn-Hrynyk R., Mainka M. K. Monitoring the Economic Efficiency of Implementation of the System-Functional Approach in the Management of Innovative Development of Construction Enterprises // Path of Science. 2021. № 7(3). P. 3020–3027. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.68-5>
13. Скриньковський Р. М., Процюк Т. Б., Леськів С. Р. Моніторинг фінансової, виробничої, маркетингової і продуктової сфер діяльності та експрес-діагностика матеріально-технічного забезпечення підприємства // Бізнес Інформ. 2015. № 10. С. 250–256.
14. Скриньковський Р. М., Максимчук Я. С., Харук К. Б. Діагностика економічної стійкості підприємства і роль інформації та комунікації в контексті стійкості динамічної рівноваги, функціонування і розвитку // Проблеми економіки. 2015. № 3. С. 162–168.
15. Skrynkovskyy R., Hladun V., Kramar M. Information Technologies in the Organization of Accounting at the Enterprise // Path of Science. 2019. № 5(2). P. 3001–3010. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.43-3>
16. Вільгуцька Р. Б. Формування та використання організаційних структур управління підприємствами: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2015. 25 с.
17. Кузьмін В. Достовірність інформації: визначення, перевірка і контроль. Джерела інформації. URL: <https://bizreview.com.ua/dostovirnist-informatsiyi-viznachennya-perevirka-i-kontrol-dzherela-informatsiyi/> (дата доступу: 10.05.2022).
18. Морфологічний аналіз і синтез технічних рішень. URL: <http://referatss.com.ua/work/morfologichnij-analiz-i-sintez-tehnichnih-rishen/> (дата доступу: 10.05.2022).
19. Основи роботи з інформаційними джерелами. URL: http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=798 (дата доступу: 10.05.2022).
20. Сумець О., Князь С., Георгіаді Н., Скриньковський Р., Мацук В. Методичний інструментарій оцінювання рівня стабільності аграрних підприємств // Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal. 2022. № 8(1). С. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
21. Скриньковський Р. М. Діагностика фінансового, виробничого, трудового, соціально-економічного та інноваційно-інвестиційного потенціалів і аналіз потенційних ризиків підприємства в умовах невизначеності // Проблеми економіки. 2015. № 2. С. 186–193.
22. Konovalyuk I., Knyaz S., Kucher L., Pavlenko O., Shauda O., Kosovska V., Moskvayak Y. Developing a monitoring system of agricultural enterprises' propensity to bankruptcy // Scientific Papers Series «Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development». 2022. Vol. 22, Iss. 1. P. 341–349.

References

1. Rao Siriginidi S. (1996). Business information: its sources and role in globalization // New Library World, 97(1), pp. 22–28. doi: <https://doi.org/10.1108/03074809610105619>
2. Norton B. (1992). Sources and uses of business information // Aslib Proceedings, 44(4), pp. 165–172. doi: <https://doi.org/10.1108/eb051266>
3. Hall H. (2000). Online information sources: tools of business intelligence? // Journal of Information Science, 26(3), pp. 139–143. doi: <https://doi.org/10.1177/0165555150002600303>

4. Volpi M. (2017). Sources of information for innovation: the role of companies' motivations // *Industry and Innovation*, 24(8), pp. 817–836. doi: <https://doi.org/10.1080/13662716.2016.1271974>
5. Ugbala C. P., Owolabi K. A., Adesina A. O., & Ajayi T. B. (2020). Public Library as a Source of Business Information for Small-Scale Business Enterprises in Nigeria // *Public Library Quarterly*, 40(5), pp. 454–467. doi: <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1794768>
6. Gymez J., Salazar I., & Vargas P. (2016). Sources of Information as Determinants of Product and Process Innovation // *PLOS ONE*, 11(4), e0152743. doi: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0152743>
7. Nilakanta S., & Scamell R. W. (1990). The Effect of Information Sources and Communication Channels on the diffusion of Innovation in a Data Base Development Environment // *Management Science*, 36(1), pp. 24–40. doi: <https://doi.org/10.1287/mnsc.36.1.24>
8. Weiss M. (2018). Business of Open Source: A Case Study of Integrating Existing Patterns Through Narratives // *Proceedings of the 23rd European Conference on Pattern Languages of Programs (EuroPLoP '18)*, July 2018, Article № 23, pp. 1–4. doi: <https://doi.org/10.1145/3282308.3282332>
9. Chan J., Brier J., Farhadi Z., et al. (2020). A theoretical analysis of independent business owners' preferences for informal information sources // *Proceedings of the Association for Information Science and Technology*, 57, e352. doi: <https://doi.org/10.1002/pr2.352>
10. D'Amato A., Giaccherini M., & Zoli M. (2019). The Role of Information Sources and Providers in Shaping Green Behaviors. Evidence from Europe // *Ecological Economics*, 164, 106292. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ecolecon.2019.04.004>
11. Business Information Sources Committee, B. (2020). Outstanding Business Reference Sources 2019 // *Reference & User Services Quarterly*, 59(2), pp. 131–133. doi: <https://doi.org/10.5860/rusq.59.2.7278>
12. Kniaz S., Skrynkovskyy R., Heorhiadi N., Sopilnyk L., Rusyn-Hrynyk R., & Mainka M. K. (2021). Monitoring the Economic Efficiency of Implementation of the System-Functional Approach in the Management of Innovative Development of Construction Enterprises // *Path of Science*, 7(3), pp. 3020–3027. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.68-5>
13. Skrynkovskyy R. M., Protsiuk T. B., and Leskiv S. R. (2015). Monitoring the Financial, Production, Marketing and Product Areas of Activity, and Instant Diagnosis of Material Support of Enterprise // *Business Inform*, 10, pp. 250–256.
14. Skrynkovskyy R. M., Maksymchuk I. S., and Kharuk K. B. (2015). Diagnostics of the Enterprise Economic Security and the Role of Information and Communication in the Context of Sustainability of Dynamical Equilibrium, Operation and Development // *The Problems of Economy*, 3, pp. 162–168.
15. Skrynkovskyy R., Hladun V., & Kramar M. (2019). Information Technologies in the Organization of Accounting at the Enterprise // *Path of Science*, 5(2), pp. 3001–3010. doi: <http://dx.doi.org/10.22178/pos.43-3>
16. Vilhutska R. B. (2015). Formuvannia ta vykorystannia orhanizatsiinykh struktur upravlinnia pidpriemstvamy [Formation and use of organizational structures of enterprise management] (Doctoral thesis); Lviv Polytechnic National University. Lviv (in Ukrainian).
17. Kuzmin V. Dostovirnist informatsii: vyznachennia, perevirka i kontrol. Dzherela informatsii [Reliability of information: definition, verification and control. Sources of information]. URL: <https://bizreview.com.ua/dostovirnist-informatsiyyi-vyznachennya-perevirka-i-kontrol-dzherela-informatsiyyi/> (Date accessed: 10.05.2022).
18. Morfolohichniy analiz i sintez tekhnichnykh rishen [Morphological analysis and synthesis of technical solutions]. URL: <http://referatss.com.ua/work/morfologichnij-analiz-i-sintez-tehnichnih-rishen/> (Date accessed: 10.05.2022).
19. Osnovy roboty z informatsiinykh dzherelamy [Basics of working with information sources]. URL: http://cpk.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=798 (Date accessed: 10.05.2022).
20. Sumets A., Kniaz S., Heorhiadi N., Skrynkovskyy R., & Matsuk V. (2022). Methodological toolkit for assessing the level of stability of agricultural enterprises // *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 8(1), pp. 235–255. doi: <https://doi.org/10.51599/are.2022.08.01.12>
21. Skrynkovskyy R. M. (2015). Diagnostic of the Financial, Industrial, Labor, Socio-Economic and Innovation and Investment Potentials and Analysis of the Enterprise Potential Risks under Conditions of Uncertainty // *The Problems of Economy*, 2, pp. 186–193.
22. Konovalyuk I., Knyaz S., Kucher L., Pavlenko O., Shauda O., Kosovska V., & Moskvayak Y. (2022). Developing a monitoring system of agricultural enterprises' propensity to bankruptcy // *Scientific Papers Series "Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development"*, 22(1), pp. 341–349.

Кузьминчук Наталія Валеріївна

доктор економічних наук, професор

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Kuzmynchuk Nataliia

Doctor of Economics, Professor

V.N. Karazin Kharkiv National University

ORCID: 0000-0002-9844-3429

Куценко Тетяна Миколаївна

кандидат економічних наук, доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Kutsenko Tatiana

PhD in Economics, Associate Professor

V.N. Karazin Kharkiv National University

ORCID: 0000-0001-7800-2987

Терованесова Олександра Юріївна

кандидат економічних наук, доцент

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Terovanesova Oleksandra

PhD in Economics, Associate Professor

V.N. Karazin Kharkiv National University

ORCID: 0000-0001-9323-8699

Василяшко Наталія Миколаївна

студентка

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

Vasylyashko Nataliia

Student of the Economic Faculty

V.N. Karazin Kharkiv National University

ORCID: 0000-0002-9555-4588

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8060

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ БІРЖАМИ: СВІТОВИЙ ТА ВІТЧИЗНЯНИЙ ДОСВІД

STRATEGIC APPROACH IN THE COMMODITY EXCHANGE MANAGEMENT SYSTEM: WORLD AND DOMESTIC EXPERIENCE

Анотація. У статті систематизовано підходи до формування стратегії розвитку товарних бірж та проаналізовано особливості їх функціонування в Україні. Визначено проблематику діяльності вітчизняних товарних бірж в сучасних умовах невизначеності та ризику економічної нестабільності вітчизняної економіки. Проведено аналіз діяльності товарних бірж провідних країн світу з метою виокремлення їх переваг і напрямів подальшого розвитку. Розглянуто структуру вітчизняного біржового ринку. Надано характеристику товарним біржам, що працюють на території країни. Здійснено

SWOT-аналіз діяльності товарних бірж в Україні, в якому виявлено основні загрози та можливості. Запропоновані заходи щодо формування подальшої стратегії розвитку вітчизняних товарних бірж.

Ключові слова: біржа, товарна біржа, стратегічне управління, структура, контракт, лот, клас активів.

Summary. In the article it is systematized the approaches to the strategy formation for the commodity exchanges development and it is analyzed the features of their functioning in Ukraine. The problems of the activity of domestic commodity exchanges in the current conditions of uncertainty and the risk of economic instability of the domestic economy are determined. The analysis activities of commodity exchanges of the leading countries of the world was carried out in order to highlight their advantages and directions for further development. It is considered the structure of the domestic exchange market. It is given the characteristics of commodity exchanges operating in the country. A SWOT analysis of the activities of commodity exchanges in Ukraine was carried out where the main threats and opportunities were identified. It is proposed the measures to form a further strategy for the development of domestic commodity exchanges.

Key words: exchange, commodity exchange, strategic management, structure, contract, lot, asset class.

Постановка проблеми. Діяльність товарних бірж суттєво впливає на розвиток економіки України та світу в цілому. Зараз на тлі економічної кризи, спричиненої зміною клімату, спалахом пандемії COVID-19, а також (в даний момент) — необґрунтованою війною РФ на території України, постає питання щодо зміни стратегії розвитку та принципів функціонування товарних бірж. Сьогодні більшість бірж відчують цю кризу і знаходяться у стані припинення своєї діяльності. Дані Держкомстату України свідчать про те, що кількість діючих та зареєстрованих бірж значно відрізняється. Війна в Україні завдала серйозного шоку на товарних ринках, змінивши глобальні моделі торгівлі, виробництва та споживання таким чином, щоб утримувати ціни на історично високих рівнях до кінця 2024 р.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У зв'язку з повільним розвитком товарних бірж в Україні, а також відсутністю впорядкованої статистичної інформації щодо їхньої діяльності, здійснення наукових досліджень у даній сфері є дуже складним. Багато бірж не створюють власних сайтів, а ті в яких він є не висвітлюють звітність щодо кількості торгів, грошових оборотів, біржових котирувань на різні види товарів, тощо.

Однак, за відсутності достатньої кількості даних про товарні біржі, дана тематика висвітлюється в роботах таких науковців як Бойко Л. [1], Кирилюка Є. [2], Резнік Н. [3], Морозова Р. [4] та Фертікової Т. [5] основному приділяється увага історії становлення українських товарних бірж, формуванню її структури та учасників, факторам стримування розвитку діяльності товарних бірж, а також порівнянню із провідними світовими товарними біржами.

Метою статті є обґрунтування стратегічних напрямів розвитку вітчизняної біржової торгівлі в умовах невизначеності та економічної нестабільності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Діяльність ринку розвивається відповідно до ситуації на ринковому середовищі, однією із головних складових якого є ринкова інфраструктура — група суб'єктів господарювання, завдяки яким відбувається рух товарів, послуг, грошей, цінних паперів та робочої сили. Як приклад, одним з таких суб'єктів можна назвати товарну біржу, яка виступає постійно діючим оптовим ринком, де відбувається фактично безперервний продаж товарів.

Товарна біржа — це юридична особа, яка визначає та забезпечує дотримання правил і процедур торгівлі стандартизованими товарними контрактами та супутніми інвестиційними продуктами. Товарна біржа також відноситься до фізичного центру, де відбувається торгівля. Ринок товарів є величезним, щодня торгуючись на понад трильйони доларів.

Трейдери рідко постачають будь-які фізичні товари через товарну біржу. Замість цього вони торгують ф'ючерсними контрактами, коли сторони погоджуються купити або продати певну кількість товару за узгодженою ціною, незалежно від того, за якою ціною він зараз торгується на ринку на заздалегідь визначену дату закінчення терміну дії. Ф'ючерсний контракт, який найбільше продається, — це сира нафта [6].

З 1 липня 2021 року вступила в силу нова редакція Закону України «Про товарну біржу», де визначаються основні вимоги до діяльності товарних бірж. В Україні на початку 2021 р. було зареєстровано 620 товарних бірж [7]. На даний момент, офіційної статистики щодо кількості функціонуючих товарних бірж за період з початку дії нового закону немає. Однак можна стверджувати, що вона значно зменшилась. Доказом цього є припинення роботи офіційних сайтів багатьох бірж, що вели свою діяльність до 2021 року.

Світовий досвід демонструє нам те, що для ефективного розвитку торгівлі велика кількість бірж в одній країні є недоречною.

Вважаємо за доцільне розглянути особливості діяльності товарних бірж провідних країн світу, зокрема, Чиказької товарної біржі (CME Group). CME Group — провідний світовий ринок деривативів, що дозволяє клієнтам торгувати ф'ючерсами, опціонами, готівкою та позабіржовими ринками, оптимізувати портфелі та аналізувати дані, надаючи учасникам ринку в усьому світі можливість ефективно керувати ризиками та використовувати можливості. Біржі CME Group пропонують найширший асортимент глобальних еталонних продуктів для всіх основних класів активів на основі процентних ставок, індексів акцій, іноземної валюти, енергії, сільськогосподарської продукції та металів [8].

CME Group обробляє три мільярди контрактів на суму приблизно 1 квадрильон доларів на рік. Розглянемо (рис. 1) середній щоденний обсяг контрактів за класами активів (тис.) на Чиказькій товарній біржі.

За даними звітів Чиказької біржі останні два роки спостерігається позитивна динаміка її діяльності. У 2021 році кількість укладених контрактів досягла рекордних 19,6 млн., збільшившись на 3% за рік. У першому кварталі 2022 року загальний приріст кількості контрактів становить 19%. Станом на квітень 2022 року було зафіксовано найбільший за всю історію квітне-

вий приріст: за відсотковими ставками кількість контрактів зросла на 9,6 млн., за опціонами — на 6,6 млн., з енергією — на 2 млн., у сфері сільськогосподарства — на 2 млн. контрактів, метали — 470 тис. контрактів, тощо. Окремо також виділяють різке підвищення додаткової вартості опціонів на природний газ — 94%, ф'ючерс на природний газ збільшився на 37%, ф'ючерс на сиру нафту E-mini збільшився на 28% [9].

Основними перевагами завдяки яким Чиказька товарна біржа успішно веде свою діяльність вже понад 120 років можна назвати наступні:

- концентрація на розробці нових способів управління ризиками та підвищення ефективності (інноваційна складова);
- безперервний аналіз стану ринку та прогноз щодо прибутковості для потенційних інвесторів;
- щоденна статистика щодо результативності торгів та ринкові дані в режимі реального часу;
- найширший асортимент глобальних еталонних продуктів для всіх основних класів активів (сільське господарство, енергія, акції, процентні ставки, метали, FX).

Перейдемо до аналізу діяльності товарної біржі TGE (Towarowa Gielda Energii SA). TGE — єдина ліцензована товарна біржа в Польщі, на якій здійснюється торгівля 5 видами товарів: електроенергія, природний газ, квоти на викиди, право власності, сільськогосподарські та продовольчі товари. Біржа бере участь у широкому спектрі

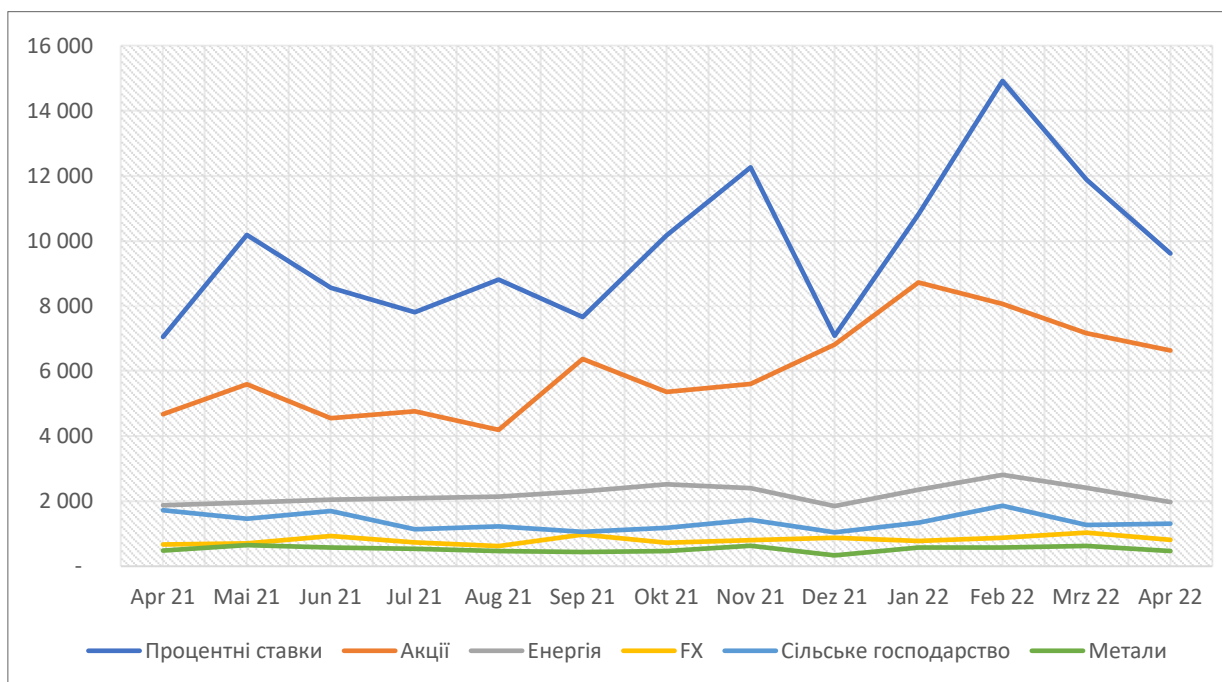


Рис. 1. Середній щоденний обсяг контрактів за класами активів (тис.) на Чиказькій товарній біржі за квітень 2021 — квітень 2022 рр.

ініціатив міжнародного співробітництва як на європейському, так і на регіональному рівнях [10].

Проведемо аналіз показників діяльності TGE за останні пів року, які представлено на рисунку 2.

Згідно зі звітом TGE про торгову діяльність у 2021 році спостерігається:

- у 2021 році обсяг торгівлі електроенергією на TGE знизився на 7,4% порівняно з рівнем 2020 року;
- обсяг природного газу, проданого на ринках TGE в 2021 році, зріс на 19,6% по відношенню до 2020 року;
- обсяг майнових прав на електроенергію знизився на 4,0% в порівнянні з результатом 2020 року;
- обсяг торгівлі майновими правами на енергоефективність знизився на 43,5% р/р у 2021 році до 107 995;
- обсяг торгівлі гарантіями походження електроенергії, виробленої на ВДЕ, зріс у 2021 році на 65,5% р/р, досягнувши найвищого рівня за всю історію Реєстру гарантій походження.

На графіку можна спостерігати, що динаміка діяльності біржі є різною. Однак слід акцентувати увагу, що з лютого 2022 року спостерігається різке падіння торгів природного газу та електроенергії. Дану статистику можна пояснити початком військових дій на території України, впровадженням санкцій проти країни-агресора, продовольчої кризи, внаслідок якої постало питання змінення стратегій щодо використання даних категорій товарів.

Далі проведемо аналіз Лондонської біржі металів, що є світовим центром торгівлі промисловими металами — більшість ф'ючерсних операцій

на кольорові метали здійснюються на наших платформах.

У 2021 році на LME було продано 145 мільйонів лотів, що дорівнювало 15,6 трильйона доларів і 3,3 мільярда тонн умовно, при цьому рівень відкритого інтересу на ринку (MOI) склав 2,1 мільйона лотів [11].

Розглянемо на рисунку 3 динаміку обсягів лотів Лондонської біржі металів за останні 5 років.

Наведена на рис. 3 інформація свідчить, що найбільша кількість лотів за останні роки була у 2018 році. Далі з кожним роком динаміка йшла на спад: у 2019 році кількість лотів зменшилась на 4,65%, у 2020 р. — на 12,1%, у 2021 р. — на 6,38%. Така динаміка пояснюється початком економічної кризи, спричиненою пандемією COVID-19 (видобуток металів став важчим через брак робочої сили та введення карантинних обмежень).

Головними перевагами Лондонської біржі металів можна вважати:

- ціни, виявлені на трьох торгових платформах біржі, використовуються як глобальна довідкова ціна, і як металургійні, так і інвестиційні спільноти використовують LME для передачі або прийняття ризику 24 години на добу;
- Лондонська біржа металів є світовим центром торгівлі промисловими металами;
- прозорість торгівлі;
- найвища акредитація у стандартах безперервності бізнесу;
- широкий спектр ринкових даних, щоб задовольнити всі потреби користувачів.

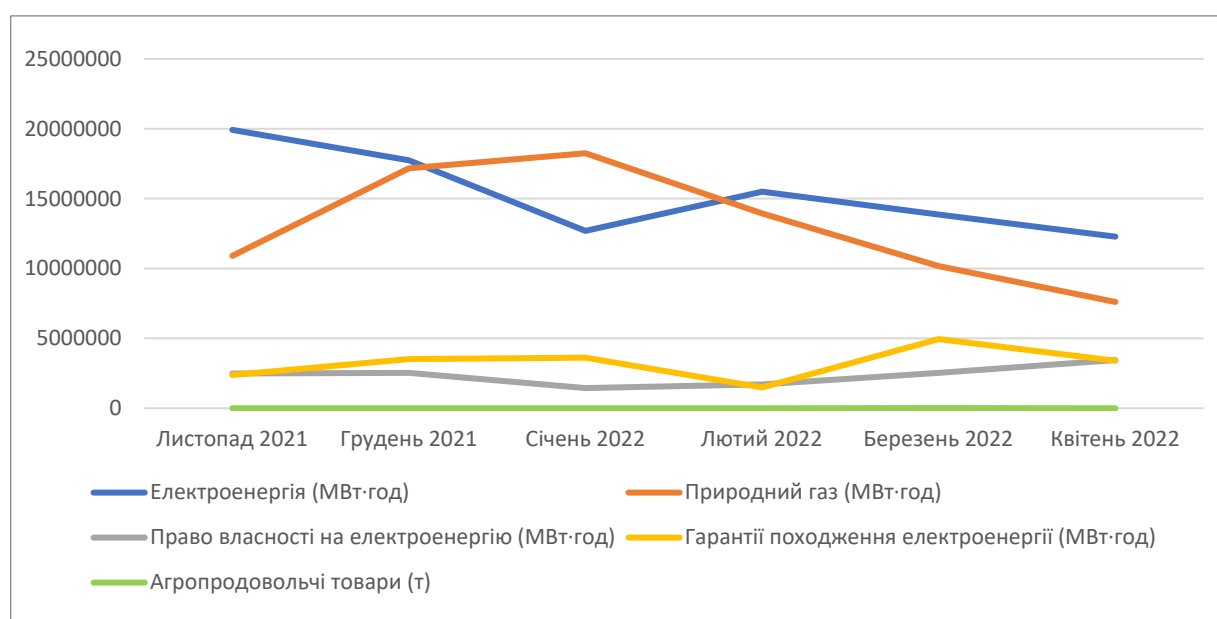


Рис. 2. Показники торгової діяльності TGE за листопад 2021– квітень 2022 р.

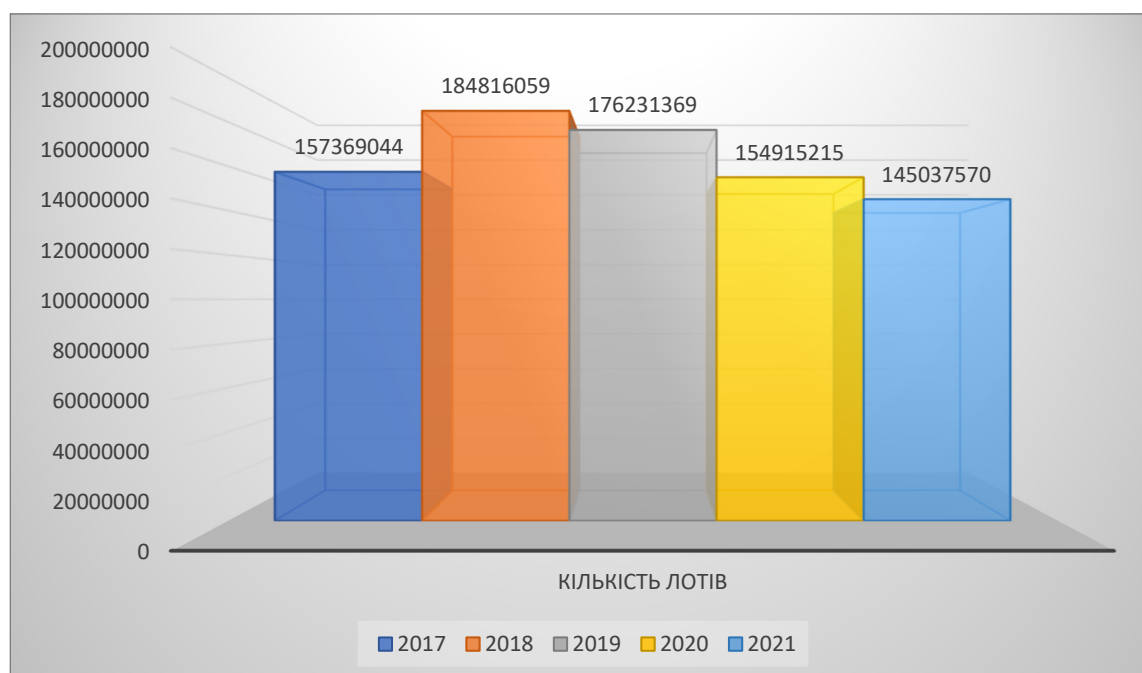


Рис. 3. Динаміка обсягів лотів Лондонської біржі металів за 2017–2021 рр.

Вивчення позитивного досвіду діяльності світових бірж дозволяє встановити стратегічні пріоритети розвитку вітчизняної біржової торгівлі в складних умовах сьогодення. Як зазначалося раніше, офіційної статистики щодо кількості бірж в Україні за останні роки не було оприлюднено, але однозначно можна стверджувати, що кількість зареєстрованих та кількість функціонуючих бірж значно відрізняється. Остання офіційна статистика датована 2015 роком і має наступні значення: найбільшу частку займають товарні та товарно-сировинні біржі — 70,45%, далі універсальні бір-

жі — 18,74%, інші види бірж — 6,49%, найменшу частку займають агропромислові біржі, частка яких становить 4,32% загальної кількості бірж (рис. 4) [12].

На даний момент в Україні найбільшими біржами які активно ведуть свою діяльність відкрито та прозоро можна назвати наступні:

- 1) Українська універсальна біржа;
- 2) Товариство з обмеженою відповідальністю «Українська енергетична біржа» (ТОВ «УЕБ»);
- 3) АТ «Фондова біржа ПФТС»;
- 4) Українська біржа;

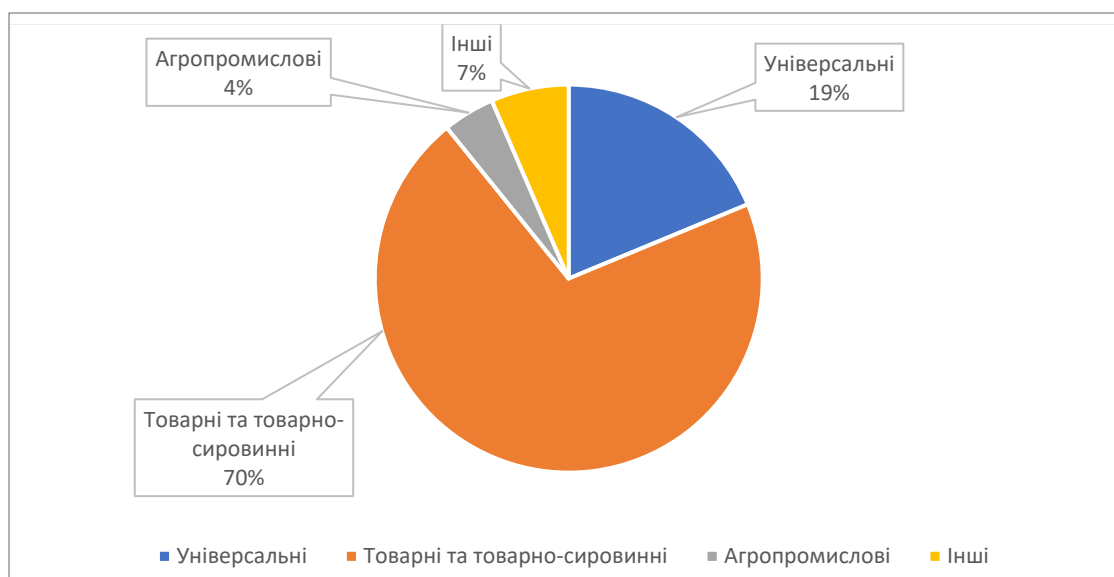


Рис. 4. Структура біржового ринку в Україні станом на 2015 рік

5) Українська міжбанківська валютна біржа (УМВБ)

Розглянемо детальніше діяльність деяких бірж в Україні. Одна з основних бірж в Україні — це Українська універсальна біржа, яка була зареєстрована 18 листопада 1997 року з метою прийняття активної участі в ринковій трансформації економіки України та була однією із перших професійних організацій в Україні, яка почала займатися наданням повного спектру біржових послуг [13].

Основні напрямки діяльності ТОВ «УКРАЇНСКА УНІВЕРСАЛЬНА БІРЖА»:

- офіційний електронний майданчик публічних закупівель України PROZORRO;
- акредитований електронним майданчиком системи «ProZorro.Продажі» (sale.uub.com.ua) за всіма напрямками діяльності проекту: реалізація Фондом гарантування вкладів фізичних осіб активів збанкрутілих банків; продаж державного та комунального майна (об'єктів малої приватизації); продаж права оренди державного та комунального майна; продаж майна боржників в провадженні у справах про банкрутство; продаж спеціальних дозволів на користування надрами; продаж земельних ділянок та прав оренди на них тощо;
- організація електронних біржових торгів з купівлі-продажу необробленої деревини та пиломатеріалів;
- продаж майна платників податків, що перебуває у податковій заставі, будучи уповноваженою товарною біржею, визначеною центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику, на конкурентних засадах; здійснює на аукціонах та біржових торгах безхазяйного та іншого майна, що перейшло у власність держави.

За 5 років роботи у системі Прозорро.Продажі на майданчику УУБ допомогли подати учасникам понад 15 тисяч пропозицій на торги, за результатами яких бюджети різних рівнів отримали майже 4,5 млрд. грн. Серед інших досягнень:

- При запуску нових ринків майданчик УУБ завжди одним із перших готує технічне налаштування та проходить відповідне тестування. Один із останніх прикладів — запуск земельних торгів на електронних аукціонах. За підсумками першого місяця роботи цього ринку — маркетплейс вийшов у лідери за кількістю підготовлених учасників до земельних торгів;
- Майданчик УУБ був одним із перших, де виставили лоти малої приватизації при запуску цього

- го напрямку торгів. За пару місяців тут успішно провели понад 50 аукціонів та вийшли у беззаперечні лідери серед електронних майданчиків;
- За підсумками аукціонів у 2019 році майданчик Української універсальної біржі став беззаперечним лідером торгів на Прозорро.Продажі;
- Із 11,8 млрд. грн отриманих за підсумками аукціонів 2020 року понад 1 млрд. грн сплатили переможці, які працювали на майданчику УУБ;
- За 11 місяців 2021 року маркетплейс серед лідерів системи Прозорро.Продажі за рівнем доходів до бюджетів різних рівнів;
- За результатами експериментального проекту із продажу необробленої деревини на Прозорро.Продажі на майданчику УУБ підготували найбільшу кількість переможців цього напрямку торгів.

Наступним об'єктом аналізу є ТОВ «Українська енергетична біржа» створене з метою здійснення в Україні діяльності з організації торгівлі на ринках енергоносіїв та електроенергії [14].

Діяльність біржі концентрується на організації торгів з купівлі-продажу таких груп товарів як: електрична енергія; природний газ; скраплений газ; нафтопродукти; нафта та газовий конденсат; вугільна продукція; тверде біопаливо; сировина та інша продукція; необроблена деревина; добрива. На рис. 5 наведено данні щодо кількості торгів на Українській енергетичній біржі за період 2021–2022 рр.

На рис. 5 чітко видно, що до середини 2021 року спостерігалась відносно не велика кількість торгів на Українській енергетичній біржі (від 90 до 110). З серпня місяця і до листопаду можна спостерігати стрімкий ріст торгів — з 94 до 345 торгів (приріст складає 267,02%). Таку динаміку можна пояснити низькими цінами на сировину. Далі знову починається спад діяльності, спричиненою історично низькими запасами вугілля на складах ТЕС, недостатніми обсягами накопичення природного газу в підземних сховищах газу (ПСГ) та високим рівнем зносу інфраструктури [15].

Визначення реального стану середовища, в якому діє система є головним етапом в розробці ефективного стратегічного плану розвитку. Одним з головних методів оцінки ситуації на ринку є SWOT-аналіз. SWOT-аналіз дозволяє окреслити реальні риси ситуації, в якій опинилася та чи інша система, виявити комплекс проблем розвитку та реальні його можливості, а також сформулювати конкретну стратегію. За допомогою SWOT-аналізу вдається досягти реалістичності у виявленні переваг і недоліків системи, що дозволяє попередити негативні наслідки від можли-

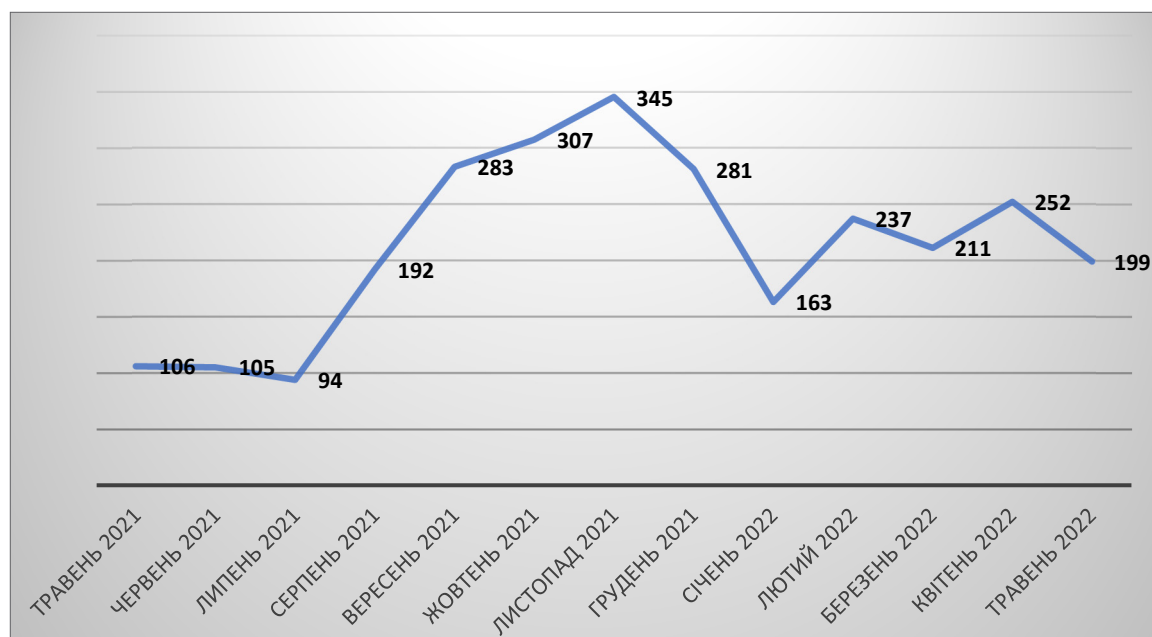


Рис. 5. Кількість торгів на Українській енергетичній біржі за травень 2021 р. — травень 2022 року

вих загроз, що нависають над системою у період трансформаційних перетворень [16].

Даний аналіз свідчить проте, що нажалі слабких сторін та загроз на біржовому ринку України більше, ніж сильних сторін та можливостей у порівнянні зі світовими біржами. Головним кроком до розвитку українських бірж стала біржова ре-

форма у 2021 році та прийняття нового закону «Про товарні біржі». На внутрішньому ринку основною сильною стороною товарних бірж можна виділити маркетингову діяльність, оскільки незважаючи на те, чи є біржі активними учасниками ринку чи ні, дані щодо діяльності можна знайти в соціальних мережах. Чимало учасників

Таблиця 1

SWOT-аналіз діяльності товарних бірж в Україні

	Сильні сторони (STRENGTHS)	Слабкі сторони (WEAKNESSES)
Внутрішні середовище	- чітке розуміння завдань для формування в Україні біржового ринку європейського зразка; - біржова реформа; - активна маркетингова діяльність бірж; - сучасне технічне забезпечення; - клієнтоорієнтований сервіс; - чітко сформовані юридичний, фінансовий і аналітичний блоки.	- Відсутність необхідних знань та недостатня поінформованість товаровиробників щодо технології та переваг біржової діяльності - Небажання виробників і посередників вести чесну прозору торгівлю - відсутність в Україні бірж з достатнім рівнем ліквідності та низький рівень обізнаності учасників ринку щодо можливостей хеджування ризиків - Лише одиничні біржі надають послуги з організації торгівлі сільськогосподарською та іншою біржовою продукцію.
	Можливості (OPPORTUNITIES)	Загрози (THREATS)
Зовнішні середовище	- участь українських виробників в торгах на світових біржах - збільшення кількості учасників ринку та обсягів їх діяльності, усвідомлення потреби у зменшенні трансакційних витрат, пов'язаних з пошуком контрагентів, отриманням інформації, захистом прав власності - зміни у ринковій кон'юктурі, запровадження ефективних регуляторних норм у межах цілеспрямованої політики із стимулювання функціонування бірж, забезпечення біржами якісних послуг, у тому числі сучасних видів контрактів.	- велика конкуренція у разі виходу на світовий ринок; - висока інфляція; - економічна криза; - відсутність сировини; - відсутність інвестування.

біржового ринку ведуть свою діяльність не чесним шляхом за рахунок закритих торгів, що відкидає потенціал українських бірж на крок назад.

Щодо зовнішнього середовища, то можна сказати, що на тлі великих світових бірж, які в рази перевищують показники українських, вітчизняні біржі ще не готові до такої конкуренції. Також одним із факторів, що гальмують на даному етапі розвитку є військові дії на території України, у наслідок чого, деякі з бірж припинили свою діяльність, а також різко знизилась запаси сировини. Отже, отримані результати дають можливість надати наступні рекомендації щодо вибору стратегічних напрямків удосконалення біржової діяльності на території України в майбутньому, зокрема:

- оптимізувати кількість бірж;
- забезпечити ефективне регулювання біржової діяльності шляхом створення Комісії з біржового товарного ринку України та розрахунково-клірингових установ;
- покращити систему моніторингу кон'юнктури біржового ринку;
- висвітлювати котирування не лише фактичних біржових цін, а й прогноз на наступні місяці;
- розробити і запровадити систему економічних заходів, спрямованих на стимулювання виробників до реалізації сільськогосподарської продукції через прозорі процедури біржового ринку.

Висновки. Біржовий товарний ринок в Україні на даний період свого існування є не достатньо

розвинений. Незважаючи на велику кількість зареєстрованих бірж, дійсно ефективно функціонують лише одиниці. Сучасна ситуація на біржовому ринку України свідчить про необхідність застосування термінових змін. Як показує світовий та вітчизняний досвід, для розвитку товарної біржової торгівлі необхідним є поєднання трьох передумов. Перша — структурні економічні зміни на відповідних ринках. Учасники ринків з низьким ступенем конкуренції, значною часткою тіньових операцій не зацікавлені брати участь у біржових торгах. Друга — законодавчі зміни у сфері регулювання біржової діяльності, сприятливі для об'єднання бірж, пропозиції ними сучасних послуг, уніфікації біржових товарів, розвитку електронної біржової торгівлі та, можливо, з часом — єдиного електронного біржового ринку для окремих груп товарів. Третя — зусилля бірж з залучення більшої кількості клієнтів шляхом збільшення доступності електронних торгів, організації торгівлі деривативами, надання гарантій виконання угод [5].

Виключно державні зусилля із створення державних бірж або реформування біржової торгівлі в умовах неконкурентних стагнуючих ринків завершуються фіаско. Саме тому реалізація стратегічного підходу в системі управління товарними біржами дозволяє обрати ефективну стратегію подальшого розвитку в складних умовах невизначеності та економічної нестабільності.

Література

1. Бойко Л. Сучасний стан виробництва та ринок олійних культур в Україні: дис. м. Київ, 2020.
2. Кирилюк Є. М. Розвиток біржової торгівлі сільськогосподарською продукцією в Україні. Вісник Черкаського університету. 2015. № 12 (345). С. 46–53. URL: <http://economejournal.cdu.edu.ua/article/download/392/405>
3. Орехова Т. В., Резнік Н. П., Сигида Л. О. Щепіна Т. Г. Товарна біржа як інституціональний елемент біржових торгів. Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. Вінниця: Видавничо-редакційний. С. 172.
4. Морозов Р. В., Бойко Л. О. Економічна роль біржової торгівлі та сучасні тенденції її розвитку. 2018. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2625&i=0>
5. Фертікова Т. М. Перспективи розвитку товарної біржової торгівлі в Україні. Інвестиції: практика та досвід. 2021. № 23. С. 46–52. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2021/9.pdf
6. Commodities Exchange. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/commoditiesexchange.asp>
7. Гра триває: які нові правила роботи отримали товарні біржі. Журналістський бізнес-портал Mind. URL: <https://mind.ua/openmind/20228098-gra-trivae-yaki-novi-pravila-roboti-otrimali-tovarni-birzhi>
8. CME Group Reports Q1 and March 2022 Market Statistics. Офіційний сайт CME Group. URL: https://www.cmegroup.com/media-room/press-releases/2022/4/04/cme_group_reportsq1andmarch2022marketstatistics.html
9. CME Group Reports April 2022 Monthly Market Statistics. Офіційний сайт CME Group. URL: https://www.cmegroup.com/media-room/press-releases/2022/5/03/cme_group_reportsapril2022monthlymarketstatistics.html
10. Офіційний сайт польської товарної біржі TGE. URL: <https://tge.pl/en-home>
11. Офіційний сайт Лондонської біржі металів. URL: <https://www.lme.com/en/>

12. Офіційний сайт державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/sze/sze_ric/bir/bir_u/kb_u.htm
13. Офіційний сайт Української універсальної біржі. URL: <https://tender.uub.com.ua/>
14. Офіційний сайт Української енергетичної біржі. URL: <https://www.ueex.com.ua/>
15. Базові причини енергетичної кризи в ОЗП 2021–2022рр. Разумков центр. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/bazovi-prychyny-energetychnoi-kryzy-v-ozp-2021-2022rr>
16. Горьовий В. П., Сидоренко О. В. SWOT-аналіз біржового ринку сільськогосподарської продукції в Україні // Проблеми економіки. 2014. № 2. С. 76–82. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-2_0-pages-76_82.pdf

References

1. Boiko L. Suchasnyi stan vyrobnytstva ta rynek oliinykh kultur v Ukraini: dys. m. Kyiv, 2020.
2. Kuryliuk Ye. M. Rozvytok birzhovoi torhivli sil skohospodarskoiu produktsiiei v Ukraini. Visnyk Cherkaskoho universytetu. 2015. № 12 (345). S. 46–53. URL: <http://economejournal.edu.ua/article/download/392/405>
3. Oriekhova T. V., Reznik N. P., Syhyda L. O., Shchepina T. H. Tovarna birzha yak instytutsionalnyi element birzhovykh torhiv. Visnyk studentskoho naukovoho tovarystva «VATRA» Vinnytskoho torhovelno-ekonomichnoho instytutu KNTEU. Vinnytsia: Vydavnycho-redaktsiinyi. 172.
4. Morozov R. V., Boiko L. O. Ekonomichna rol birzhovoi torhivli ta suchasni tendentsii yii rozvytku. 2018. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2625&i=0>
5. Fertikova T. M. Perspektyvy rozvytku tovarnoi birzhovoi torhivli v Ukraini // Investytsii: praktyka ta dosvid. 2021. № 23. S. 46–52. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/23_2021/9.pdf
6. Commodities Exchange. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/c/commoditiesexchange.asp>
7. Hra tryvaie: yaki novi pravyla roboty otrymaly tovarni birzhi/ Zhurnalistskyi biznes-portal Mind. URL: <https://mind.ua/openmind/20228098-gra-trivae-yaki-novi-pravila-roboti-otrimali-tovarni-birzhi>
8. CME Group Reports Q1 and March 2022 Market Statistics. Ofitsiyni sait CME Group. URL: https://www.cme-group.com/media-room/press-releases/2022/4/04/cme_group_reportsq1andmarch2022marketstatistics.html
9. CME Group Reports April 2022 Monthly Market Statistics. Ofitsiyni sait CME Group. URL: https://www.cme-group.com/media-room/press-releases/2022/5/03/cme_group_reportsapril2022monthlymarketstatistics.html
10. Ofitsiyni sait polskoi tovarnoi birzhi TGE. URL: <https://tge.pl/en-home>
11. Ofitsiyni sait Londonskoi birzhi metaliv. URL: <https://www.lme.com/en/>
12. Ofitsiyni sait derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/sze/sze_ric/bir/bir_u/kb_u.htm
13. Ofitsiyni sait Ukrainskoi universalnoi birzhi. URL: <https://tender.uub.com.ua/>
14. Ofitsiyni sait Ukrainskoi enerhetychnoi birzhi. URL: <https://www.ueex.com.ua/>
15. Bazovi prychyny enerhetychnoi kryzy v OZP 2021–2022 rr. Razumkov tsentr. URL: <https://razumkov.org.ua/statti/bazovi-prychyny-energetychnoi-kryzy-v-ozp-2021-2022rr>
16. Horovyi V. P., Sydorenko O. V. SWOT-analiz birzhovoho rynku silskohospodarskoi produktsii v Ukraini. Problemy ekonomiky. 2014. № 2. S. 76–82. URL: https://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2014-2_0-pages-76_82.pdf

Іванова Вікторія Миколаївна

кандидат економічних наук,

докторант кафедри глобальної та національної безпеки

Навчально-науковий інститут публічного управління та державної служби

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Иванова Виктория Николаевна

кандидат экономических наук,

докторант кафедры глобальной и национальной безопасности

Учебно-научный институт публичного управления и государственной службы

Киевского национального университета имени Тараса Шевченко

Ivanova Viktoriia

PhD in Economics,

Doctoral Student of the Global and National Security Department

Educational and Scientific Institute of

Public Administration and Civil Service of

Taras Shevchenko National University of Kyiv

ORCID: 0000-0003-4980-0765

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8104

**АТЛАС ЗАГРОЗ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ
БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ ЯК МЕХАНІЗМ УДОСКОНАЛЕННЯ
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ДІЯЛЬНОСТІ ОРГАНІВ ПУБЛІЧНОЇ ВЛАДИ**

**АТЛАС УГРОЗ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
УКРАИНЫ КАК МЕХАНИЗМ УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ
ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ПУБЛИЧНОЙ ВЛАСТИ**

**ATLAS OF THREATS TO THE FOREIGN ECONOMIC SECURITY
OF UKRAINE AS A MECHANISM FOR IMPROVING
THE INFORMATION AND ANALYTICAL SUPPORT
OF PUBLIC AUTHORITIES**

Анотація. У статті досліджується сутність та особливості розробки атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці України, під яким запропоновано розуміти трьохрівневу високорухливу міжанклавну і міжнародно-економічну систему, що дозволяє здійснювати комплексний моніторинг викликів і загроз зовнішньоекономічній безпеці України безпеці на глобальному, регіональному та національному рівнях.

Встановлено, що атлас загроз зовнішньоекономічній безпеці дозволить своєчасно виявляти виклики, потенційні і реальні загрози зовнішньоекономічній безпеці та швидко адаптувати систему забезпечення зовнішньоекономічної системи до нових вимог динамічного безпекового середовища; надавати релевантну інформацію органам влади для розробки управлінських рішень у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Зазначається, що для вирішення стратегічних, тактичних та оперативних завдань забезпечення зовнішньоекономічної безпеки і ухвалення відповідних управлінських рішень потрібна інтерпретація зовнішньоекономічного безпекового

простору, зручна для складання електронної (комп'ютерної) версії атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці. Тому, запропоновано авторське визначення поняття «електронна версія атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці» як відоображення зовнішньоекономічного безпекового простору в комп'ютерному варіанті (програмне забезпечення і використання інформаційних систем), зручному для вирішення різних стратегічних та ситуаційних завдань у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Зроблено висновок про те, що наповнення сторінок атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці дозволить комплексно відслідковувати зовнішньоекономічну безпекову обстановку, а також розробляти адекватні та своєчасні управлінські рішення у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Ключові слова: зовнішньоекономічна безпека, загрози зовнішньоекономічній безпеці, атлас загроз зовнішньоекономічній безпеці, публічне управління, інформаційно-аналітичне забезпечення.

Аннотация. В статье исследуется сущность и особенности разработки атласа угроз внешнеэкономической безопасности Украины, под которым предлагается понимать трехуровневую высокоподвижную межгосударственную и международно-экономическую систему, позволяющую осуществлять комплексный мониторинг вызовов и угроз внешнеэкономической безопасности на глобальном, региональном и национальном уровнях.

Установлено, что атлас угроз внешнеэкономической безопасности позволит своевременно выявлять вызовы, потенциальные и реальные угрозы внешнеэкономической безопасности и быстро адаптировать систему обеспечения внешнеэкономической системы к новым требованиям динамической среды безопасности; предоставлять релевантную информацию органам власти по разработке управленческих решений в области обеспечения внешнеэкономической безопасности.

Отмечается, что для решения стратегических, тактических и оперативных задач обеспечения внешнеэкономической безопасности и принятия соответствующих управленческих решений требуется интерпретация внешнеэкономического пространства безопасности, удобная для составления электронной (компьютерной) версии атласа угроз внешнеэкономической безопасности. Поэтому, предложено авторское определение понятия «электронная версия атласа угроз внешнеэкономической безопасности» как отражение внешнеэкономического пространства безопасности в компьютерном варианте, удобном для решения различных стратегических и ситуационных задач в сфере обеспечения внешнеэкономической безопасности.

Сделан вывод о том, что наполнение страниц атласа угроз внешнеэкономической безопасности позволит комплексно отслеживать внешнеэкономическую обстановку, а также разрабатывать адекватные и своевременные управленческие решения в сфере обеспечения внешнеэкономической безопасности.

Ключевые слова: внешнеэкономическая безопасность, угрозы внешнеэкономической безопасности, атлас угроз внешнеэкономической безопасности, публичное управление, информационно-аналитическое обеспечение.

Summary. The article examines the essence and features of the development of an atlas of threats to Ukraine's foreign economic security, which is proposed to mean a three-level highly mobile inter-enclave and international economic system that allows comprehensive monitoring of security challenges and threats to Ukraine's global security security at global, regional and national levels.

It is established that the atlas of threats to foreign economic security will allow to identify challenges, potential and real threats to foreign economic security and quickly adapt the system of providing the foreign economic system to the new requirements of a dynamic security environment; provide relevant information to the authorities for the development of management decisions in the field of foreign economic security.

It is noted that the solution of strategic, tactical and operational tasks of foreign economic security and the adoption of appropriate management decisions requires an interpretation of foreign economic security space, convenient for compiling an electronic (computer) version of the atlas of threats to foreign economic security. Therefore, the author's definition of «electronic version of the atlas of threats to foreign economic security» is proposed as a reflection of foreign economic security space in a computer version (software and use of information systems), convenient for solving various strategic and situational problems in foreign economic security.

It is concluded that filling the pages of the atlas of threats to foreign economic security will allow comprehensive monitoring of the foreign economic security situation, as well as to develop adequate and timely management decisions in the field of foreign economic security.

Key words: foreign economic security, threats to foreign economic security, atlas of threats to foreign economic security, public administration, information and analytical support.

Постановка проблеми. Інтеграція економіки України до світової економічної системи загострює питання зовнішньоекономічної безпеки, без гарантування якої країна не може бути повноправним учасником світогосподарських зв'язків, посісти належне місце в міжнародному поділі праці та мати належну систему захисту й протидії глобальним викликам її зовнішньоекономічній безпеці, зокрема та національній економічній безпеці взагалі. Саме тому, в науковій площині загострюються питання можливих шляхів удосконалення наявних механізмів забезпечення зовнішньоекономічної безпеки України, розробки дієвих пропозицій та алгоритмів дій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розробці та впровадженню наукових аспектів публічного управління в Україні присвячено достатню кількість праць. Окремі аспекти стратегічного розвитку ідей публічного управління у сфері національної безпеки розробляли В. Абрамов [1; 3; 8], Р. Марутян [3; 7; 8], Г. Ситник [12; 13], М. Шевченко [4; 8; 15], Л. Шипілова [3, с. 82]. Різні проблемні питання публічного управління у сфері зовнішньоекономічної безпеки розглядали В. Аранчій [2], Г. Голодюк [6], Л. Коковський [5], П. Кравчук [6], Т. Марцева [10], О. Матвієць [16], В. Обухова [10], І. Перетятко [2], В. Попко [14], О. Шегінський [6], О. Чернова [14], О. Яременко [16] та інші. В той же час, вважаємо, що більш ґрунтовного вивчення потребують шляхи удосконалення механізмів публічного управління у сфері зовнішньоекономічної безпеки України.

Мета статті — розробка атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці України як механізму удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів публічної влади.

Виклад основного матеріалу. В офіційному дискурсі публічного управління у сфері зовнішньоекономічної безпеки України поняття «зовнішньоекономічна безпека» трактується як стан відповідності зовнішньоекономічної діяльності національним економічним інтересам, що забезпечує мінімізацію збитків держави від дії негативних зовнішніх економічних чинників та створення сприятливих умов для сталого економічного зростання [8].

На наше переконання, під зовнішньоекономічною безпекою України варто розуміти також інвестиційно-привабливий стан національної економіки, яка здатна генерувати конкурентоспроможну продукцію, забезпечуючи при цьому збалансованість зовнішньої торгівлі та стійкість фінансової системи країни в системі міжнародної економічної безпеки. Зауважимо, що зовнішньое-

кономічну безпеку багато науковців розглядають з точки зору зовнішньої торгівлі, однак зовнішньоекономічна безпека включає в себе не лише експортну та імпорتنу, але й валютну, інвестиційну та боргову безпеки.

В офіційному дискурсі публічного управління у сфері зовнішньоекономічної безпеки України представлено перелік викликів та загроз зовнішньоекономічній безпеці [11]:

- недостатні темпи диверсифікації торговельних потоків України для забезпечення її міцних конкурентних позицій на світовому ринку;
- суттєвий рівень частки торгівлі з Російською Федерацією в загальних обсягах торгівлі, а також використання цієї державою економічних інструментів впливу з метою прийняття рішень, що суперечать основним національним економічним інтересам України;
- дисфункціональна структура торговельних потоків із превалюванням в експорті сировини, а в імпорті — високотехнологічної продукції;
- високий рівень імпортозалежності економіки;
- збільшення кількості протекціоністських заходів, які застосовують іноземні держави, зокрема, щодо українських товарів (високий рівень ставок митних тарифів, інших митних зборів, платежів, а також використання нетарифних бар'єрів — сертифікація, дозволи, ліцензії тощо);
- нерозвиненість зовнішньоторгівельної інфраструктури, недостатній рівень інституційної спроможності для представлення торговельних інтересів України у рамках діяльності міжнародних торговельних організацій, зокрема Світової організації торгівлі;
- існуючий стан доступу товарів та послуг на ринок ЄС, що вимагає якнайшвидшого перегляду положень Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони;
- ризики обмеження експорту в разі введення нових вуглецевих податків для українських товарів.

Також в нормативно-правових актах визначено індикатори для оцінки рівня зовнішньоекономічної безпеки України, такі як:

- відкритість економіки;
- відношення зовнішнього боргу до експорту товарів та послуг;
- коефіцієнт покриття імпорту експортом;
- відношення обсягу експорту до ВВП (експортна залежність);
- відношення зовнішнього боргу до ВВП;

- відношення обсягу імпорту до ВВП (імпортна залежність);
- товарна структура експорту та імпорту (частка в експорті та імпорті сировини і продукції з низьким ступенем переробки, частка в експорті та імпорті інноваційної продукції);
- географічна структура експорту та імпорту та ін [8].

Комплексна оцінка зовнішньоекономічної безпекової обстановки має здійснюватися із дотриманням наступних методологічних принципів [15]:

- принцип об'єктивності, який вимагає здійснення аналізу ендегенних і гетерогенних чинників впливу на процеси і явища зовнішньоекономічної безпеки без суб'єктивних спотворень дійсності аналітиком;
- принцип первинності геоекономічного підходу, який виражається у тому, що зовнішня економіка та зовнішня політика повинні розглядатися як частина міжнародних економічних відносин для обґрунтування національних інтересів держави у зовнішньоекономічній сфері;
- принцип історичного аналізу, який виражається у тому, що кожний виклик чи загроза має досліджуватися від зародження, проходження ним головних етапів у своєму розвитку, сучасний стан і прогноз тенденцій розвитку у майбутньому.

З метою удосконалення механізму інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів публічної влади у сфері зовнішньоекономічної безпеки пропонуємо в управлінську практику забезпечення згаданої безпеки впровадити атлас загроз зовнішньоекономічній безпеці. Під останнім будемо розуміти трьохрівневу високорухливу міжжанклавну і міжнародно-економічну систему, що дозволяє здійснювати комплексний моніторинг викликів і загроз зовнішньоекономічній безпеці України безпеці на глобальному, регіональному та національному рівнях.

Запропонований атлас загроз зовнішньоекономічній безпеці дозволить:

- своєчасно виявляти виклики, потенційні і реальні загрози зовнішньоекономічній безпеці та швидко адаптувати систему забезпечення зовнішньоекономічної системи до нових вимог динамічного безпекового середовища;
- надавати релевантну інформацію органам влади для розробки управлінських рішень у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Освоєння запропонованого нами атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці дозволить органам влади здійснювати заходи проактивного та реактивного реагування на виявлені загрози різного характеру.

Для вирішення стратегічних, тактичних та оперативних завдань забезпечення зовнішньоекономічної безпеки і ухвалення відповідних управлінських рішень потрібна інтерпретація зовнішньоекономічного безпекового простору, зручна для складання електронної (комп'ютерної) версії атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці.

Під поняттям «електронна версія атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці» пропонуємо розуміти відображення зовнішньоекономічного безпекового простору в комп'ютерному варіанті (програмне забезпечення і використання інформаційних систем), зручному для вирішення різних стратегічних та ситуаційних завдань у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Зовнішньоекономічний безпековий простір можна уявити у формі «листового пирога», набору «електронних карт» — «сторінок» атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці.

Комп'ютерна версія атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці надає можливість для ситуаційної «гри» на зовнішньоекономічному безпековому просторі в умовах всіляких трансформацій у економічній, політичній, воєнно-політичній, інформаційній, культурній та інших сферах міжнародного життя.

Наповнення (матеріалізація) атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці ґрунтується на трьох ключових моментах:

- 1) на атласі загроз зовнішньоекономічній безпеці повинна бути розгорнута широка панорама процесів, що відносяться до різних сфер сучасного глобального безпекового простору, а саме: економічної, політичної, воєнно-політичної, інформаційної, культурної та ін.;
- 2) вироблення національної стратегії взаємодії між суб'єктами забезпечення зовнішньоекономічної безпеки на глобальному, регіональному і національному рівнях передбачає зручну форму для орієнтування на атласі загроз зовнішньоекономічній безпеці;
- 3) електронна (комп'ютерна) версія атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці, що розробляється, повинна базуватися на релевантній інформації, що дозволить використовувати методики ситуаційного і стратегічного комбінування при вирішенні різних завдань у сфері зовнішньоекономічної безпеки.

Формування атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці здійснюється згідно з такими етапами.

Етап I: розробка технічного завдання на створення електронної версії атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці держави, у тому числі його глобальної та регіональної частин.

На цьому етапі формуються:

- структура атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці,
- види інтерпретацій процесів, що описані на «сторінках» атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці;
- співвіднесення «сторінок» атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці і т.д.

«Сторінками» атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці пропонуємо визначити:

- комп'ютерна версія політичної карти світу (із відображенням зон впливу сучасних центрів сили, воєнно-політичних і економічних альянсів і т.д.);
- комп'ютерна версія економічної географії сучасного світу із відображенням зон економічного впливу країн світу т.д.;
- комп'ютерна версія геоekonomіки країни із відображенням регіонів світу в яких вона має національні інтереси і т.д.;
- комп'ютерна версія ресурсів країни із відображенням географічного розташування ресурсів: енергетичних, сировинних, трудових і т.д., тенденцій розвитку загроз енергетичній та демографічній безпеці;
- комп'ютерна версія фінансових потоків в країні та тенденцій розвитку загроз фінансовій безпеці. На цій «сторінці» відображаються особливі потоки (рівні) геофінансового простору, які фактично відірвалися від економічних систем, які раніше були створені в рамках геополітичної парадигми міжнародних відносин (функціональне поєднання економічного і фінансового просторів за принципом геополітичного контролю територій);
- комп'ютерна версія системи міжнародних економічних відносин до якої інтегрована національна економіка конкретної країни. Зовнішньоекономічна безпекова обстановка навколо України формується сукупністю конкретно-історичних, міжнародних, політичних та економічних відносин, воєнно-політичних відносин нашої держави з іншими державами, воєнно-політичними блоками та міжнародними організаціями. Сене зауважити, що наразі Україна включена в систему міжнародних політичних, воєнно-політичних, економічних відносин глобального та регіонального рівнів:

а) з міжнародними міжурядовими організаціями: Україна — ООН, Україна — ОБСЄ, Україна — НАТО, Україна — ЄС, Україна — ОДКБ;

б) з державами з глобальним геополітичним кодексом: Україна — США, Україна — РФ, Україна — Франція, Україна — Велика Британія, Україна — КНР та ін.;

в) з державами з регіональним геополітичним кодексом: Україна — ФРН, Україна — Туреччина;

г) з державами-сусідами першого порядку: Україна — Білорусь, Україна — РФ, Україна — Польща, Україна — Словаччина, Україна — Угорщина, Україна — Молдова, Україна — Румунія;

д) з державами Чорноморського регіону: Україна — Румунія, Україна — Болгарія, Україна — Грузія, Україна — РФ, Україна — Туреччина;

ж) з державами Кавказького регіону: Україна — Азербайджан, Україна — Вірменія, Україна — Грузія, Україна — РФ;

з) з державами Центральноазійського регіону: Україна — Казахстан, Україна — Киргизстан, Україна — Таджикистан, Україна — Туркменістан, Україна — Узбекистан;

- комп'ютерна версія військово-політичної сторінки на якій відображають взаємозв'язок між просуванням інтернаціонально-відтворювальні ядра (проекція інтересів геоekonomічних центрів сили) та схему відповідного переміщення військових структур (розміщення військових баз для військового контролю над транспортними магістралями нафти, газу та інших товаропотоків);
- комп'ютерна версія організаційно-економічної «сторінки» — це міжнародний та міжфірмовий (міжанклавний) розподіл праці, що зародився під впливом процесів інтернаціоналізації у міжнародній економічній сфері. На цій сторінці атласу наносять межі взаємодії інтернаціоналізованих відтворювальних ядер — економічні межі, які не співпадають з національними (державними) кордонами і мають рухомий, блукаючий характер;
- комп'ютерна версія «сторінки» спеціалізації регіонів світу на якій відображено розчленовування економічного простору країни залежно від спеціалізації тих або інших регіонів країни, що склалася на певних видах діяльності;
- комп'ютерна версія товарно-вартісної «сторінки», що відображає процес інтернаціоналізації зовнішньоекономічної діяльності за допомогою експортно-імпортних операцій;
- комп'ютерна версія договірної «сторінки», що відображає геоekonomічні реалії у національному економічному просторі, зокрема: наднаціональні організаційні структури, що функціонують на території держави; гострі суперечності, що пов'язані з колізіями національних і міжнародних норм економічної діяльності тощо.

Етап II: інформаційне наповнення атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці.

Визначається необхідна, але достатня інформація з матеріалізації тих або інших зрізів атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці («сторінок») і т.д.

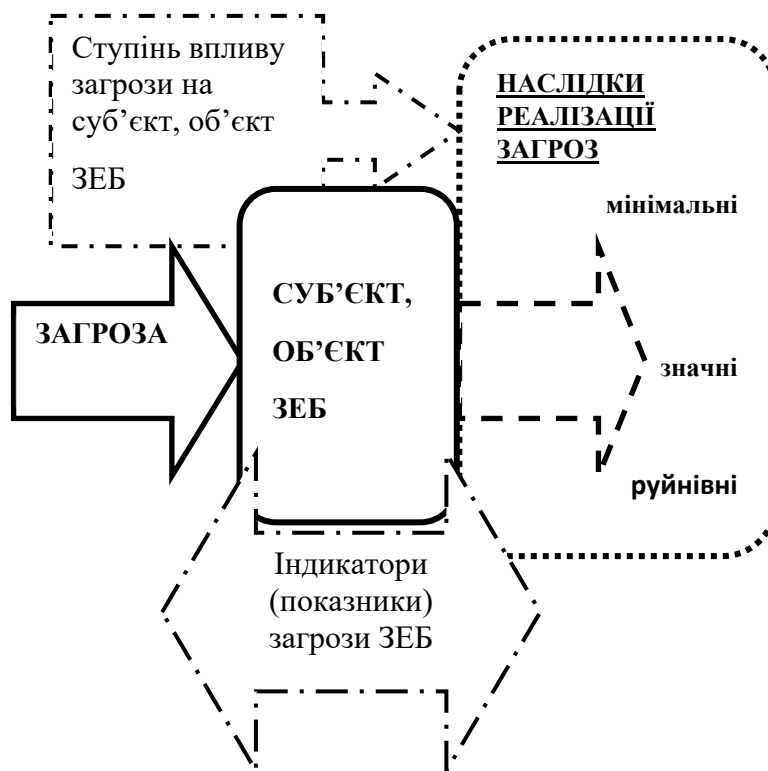


Рис. 1. Логічна модель дії загрози зовнішньоекономічній безпеці

Джерело: розробка автора

Етап III: топологічне відображення атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці і апроксимація.

На цьому етапі опрацьовуються логічні і математичні моделі, що забезпечують здійснення операцій у зовнішньоекономічному безпековому просторі.

Логічну модель дії загрози зовнішньоекономічній безпеці представлено на рис. 1.

Етап IV: операція на атласі загроз зовнішньоекономічній безпеці з використанням інформаційних технологій та технологій реактивного та проактивного реагування на виявлені загрози. Тут розробляються основні важливі завдання, набір стратегічних, тактичних та оперативних рішень у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки, набір управлінських технологій, відпрацьовуються різні ситуаційні варіанти зовнішньоекономічної безпекової обстановки і т.д.

Етап V: формується методологічна і методична база підготовки фахівців-управлінців для роботи на атласі загроз зовнішньоекономічній безпеці.

Висновки і пропозиції. Отже, проведений аналіз дозволяє зробити висновки про те, що з метою удосконалення механізму інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів публічної влади у сфері зовнішньоекономічної безпеки необхідно в управлінську практику забезпечення згаданої безпеки впровадити атлас загроз зовнішньоекономічній безпеці. Під ним запропоновано розуміти трьохрівневу високорухливу міжжанклавну і міжнародно-економічну систему, що дозволяє здійснювати комплексний моніторинг викликів і загроз зовнішньоекономічній безпеці України: безпеці на глобальному, регіональному та національному рівнях.

Наповнення сторінок атласу загроз зовнішньоекономічній безпеці дозволяє комплексно відслідковувати зовнішньоекономічну безпекову обстановку, а також розробляти адекватні та своєчасні управлінські рішення у сфері забезпечення зовнішньоекономічної безпеки.

Література

1. Абрамов В. И. Механизмы обеспечения национальной безопасности. Государственное управление в сфере национальной безопасности: словарь-справочник / состав.: Г. П. Сытник, В. И. Абрамов, В. Ф. Смолянчук и др.; под общ. редакцией Г. П. Сытника. К.: НАДУ, 2012. С. 200–204.
2. Аранчій В. І., Перетятко І. В. Зовнішньоекономічна безпека України в контексті міжнародної інтеграції. Вісник Полтавської державної аграрної академії. 2012. Випуск 2. С. 150–161.
3. Забезпечення національної безпеки України в умовах входження України до Європейського та Євроатлантичного просторів: монографія / В. І. Абрамов, С. О. Борисевич, А. В. Дацюк, Р. Р. Марутян та ін.; за заг. ред. Ю. В. Мельника, Л. М. Шипілової. Київ: НАДУ, 2019. 110 с.
4. Кириленко В. І., Шевченко М. М. Методологія побудови та використання комплементарної моделі національної економічної безпеки. Науковий вісник Дипломатичної академії України. Випуск 22. Зовнішня політика і дипломатія: традиції, тренди, досвід. Частина III. Серія «Економічні науки» / За заг. ред. Н. О. Татаренко, В. Г. Ціватого. Київ, 2015. С. 40–50.
5. Коковський Л. О. Сучасні проблеми зовнішньоекономічної безпеки України та напрями їх подолання. Ефективна економіка. 2011. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=738>
6. Кравчук П. Я., Голодюк Г. І., Шегінський О. В. Зовнішньоекономічна безпека України в умовах євроінтеграційних процесів. Економічні науки. Серія «Економічна теорія та економічна історія». Збірник наукових праць. Луцький НТУ. 2014. Випуск 11 (44). С. 82–89.
7. Марутян Р. Р. Інтелектуальні ресурси державного управління у сфері національної безпеки України: дис. ... док. наук з держ. упр.: спец. 25.00.01. / Марутян Рена Рубенівна. К.: НАДУ, 2020. 458 с.
8. Методологія стратегічного планування в умовах глобальних загроз національній безпеці та міжнародній стабільності: монографія / авт. кол.: В. І. Абрамов, Т. В. Запорожець, Р. Р. Марутян та ін.; за заг. ред. Л. М. Шипілової. Київ: НАДУ, 2018. 232 с.
9. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 29 жовтня 2013 року N 1277. URL: http://cet.com.ua/2013/29.10.2013_1277.htm
10. Обухова В. А., Марцева Т. Г. Проблемы и обеспечение внешнеэкономической безопасности. Кронос: экономические науки. 2019. Вип. 4 (3(25)). С. 7–9.
11. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України: Указ Президента України від 11 серпня 2021 року № 347/2021 «Про Стратегію економічної безпеки України на період до 2025 року». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2021#Text>
12. Ситник Г. П., Марутян Р. Р. Методологічні засади дослідження системи забезпечення національної безпеки. Аналітика і влада. 2012. № 6. С. 113–118.
13. Ситник Г. П. Державне управління у сфері національної безпеки (концептуальні та організаційно-правові засади): Підручник. К.: НАДУ, 2012. 544 с.
14. Чернова О. В., Попко В. М. Комплексна оцінка сучасного стану зовнішньоекономічної безпеки України. Економіка та суспільство. Електронне фахове видання. 2017. № 9. С. 133–138.
15. Шевченко М. М., Соколов В. А. Парадигма аналітичної діяльності у сфері забезпечення національної безпеки. Інвестиції: практика та досвід. 2020. № 13–14. С. 110–117.
16. Яременко О. Ф., Матвієць О. В. Зовнішньоекономічна безпека України в контексті інтеграційної політики: сутність, загрози та чинники впливу. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. 2020. Вип. 43. С. 63–69.

References

1. Abramov V. I. (2012) Mekhanizmy obespecheniya nacional'noj bezopasnosti. [Mechanisms for ensuring national security.] Gosudarstvennoe upravlenie v sfere nacional'noj bezopasnosti: slovar'-spravochnik / sostav.: G. P. Sytnik, V. I. Abramov, V. F. Smolyanyuk i dr.; pod obshch. redakciej G. P. Sytnika. K.: NADU. S. 200–204.
2. Aranchii V. I., Peretiatko I. V. (2012) Zovnishnoekonomichna bezpeka Ukrainy v konteksti mizhnarodnoi intehratsii. [Ukraine's foreign economic security in the context of international integration] Visnyk Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii. Vypusk 2. S. 150–161.
3. Zabezpechennia natsionalnoi bezpeky Ukrainy v umovakh vkhodzhennia Ukrainy do Yevropeiskoho ta Yevroatlantychnoho prostoriv [Ensuring the national security of Ukraine in terms of Ukraine's entry into the European and

Euro-Atlantic spaces]: monohrafiia (2019) / V. I. Abramov, S. O. Borysevych, A. V. Datsiuk, R. R. Marutian ta in.; za zah. red. Yu. V. Melnyka, L. M. Shypilovoi. Kyiv: NADU. 110 s.

4. Kyrilenko V. I., Shevchenko M. M. (2015) Metodolohiia pobudovy ta vykorystannia komplementarnoi modeli natsionalnoi ekonomichnoi bezpeky. [Methodology of construction and use of a complementary model of national economic security]. Naukovyi visnyk Dyplomatychnoi akademii Ukrainy. Vypusk 22. Zovnishnia polityka i dyplomatiia: tradytsii, trendy, dosvid. Chastyna III. Seriia «Ekonomichni nauky» / Za zah. red. N. O. Tatarenko, V. H. Tsivatoho. Kyiv. S. 40–50.

5. Kokovskiy L. O. (2011) Suchasni problemy zovnishnoekonominoi bezpeky Ukrainy ta napriamy yikh podolannia. [Modern problems of foreign economic security of Ukraine and ways to overcome them]. Efektyvna ekonomika. № 10. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=738>

6. Kravchuk P. Ya., Holodiuk H. I., Shehinskiy O. V. (2014) Zovnishnoekonomichna bezpeka Ukrainy v umovakh yevrointehratsiinykh protsesiv. [Foreign economic security of Ukraine in terms of European integration processes]. Ekonomichni nauky. Seriia «Ekonomichna teoriia ta ekonomichna istoriia». Zbirnyk naukovykh prats. Lutskiy NTU. Vypusk 11 (44). S. 82–89.

7. Marutian R. R. (2020) Intelktualni resursy derzhavnoho upravlinnia u sferi natsionalnoi bezpeky Ukrainy [Intellectual resources of public administration in the field of national security of Ukraine]: dys. ... dok. nauk z derzh. upr.: spets. 25.00.01. / Marutian Rena Rubenivna. K.: NADU. 458 s.

8. Metodolohiia stratehichnoho planuvannia v umovakh hlobalnykh zahroz natsionalnii bezpetsi ta mizhnarodnii stabilnosti [Methodology of strategic planning in terms of global threats to national security and international stability]: monohrafiia (2018) / avt. kol.: V. I. Abramov, T. V. Zaporozhets, R. R. Marutian ta in.; za zah. red. L. M. Shypilovoi. Kyiv: NADU. 232 s.

9. Pro zatverdzhennia Metodychnykh rekomendatsii shchodo rozrakhunku rivnia ekonomichnoi bezpeky Ukrainy: Nakaz Ministerstva ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy pryiniaty 29.10.2013 № 1277 [On approval of Methodical recommendations for calculating the level of economic security of Ukraine: Order of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine from 29.10.2013 № 1277]. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1277731-13#Text>

10. Obuhova V. A., Marceva T. G. (2019) Problemy i obespechenie vneshneekonomicheskoy bezopasnosti. [Problems and ensuring foreign economic security.]. Kronos: ekonomicheskie nauki. Vip. 4 (3(25)). S. 7–9.

11. Pro rishennia Rady natsionalnoi bezpeky i oborony Ukrainy vid 30 lypnia 2021 roku Pro Stratehiu zovnishnopolitychnoi diialnosti Ukrainy: Ukaz Prezydenta Ukrainy № 448/202 [On the decision of the National Security and Defense Council of Ukraine of July 30, 2021 «On the Strategy of Foreign Policy of Ukraine»: Decree of the President of Ukraine № 448 / 202]. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/4482021-40017>

12. Sytnyk H. P., Marutian R. R. (2012) Metodolohichni zasady doslidzhennia systemy zabezpechennia natsionalnoi bezpeky. [Methodological bases of research of system of maintenance of national security]. Analitika i vlada. № 6. S. 113–118.

13. Sytnyk H. P. (2012) Derzhavne upravlinnia u sferi natsionalnoi bezpeky (kontseptualni ta orhanizatsiino-pravovi zasady) [Public administration in the field of national security (conceptual and organizational and legal principles)]: Pidruchnyk. K.: NADU. 544 s.

14. Chernova O. V., Popko V. M. (2017) Kompleksna otsinka suchasnoho stanu zovnishnoekonomichnoi bezpeky Ukrainy. [Comprehensive assessment of the current state of foreign economic security of Ukraine]. Ekonomika ta suspilstvo. Elektronne fakhove vydannia. № 9. S. 133–138.

15. Shevchenko M. M., Sokolov V. A. (2020) Paradyhma analitychnoi diialnosti u sferi zabezpechennia natsionalnoi bezpeky. [Paradigm of analytical activity in the field of national security]. Investytsii: praktyka ta dosvid. № 13–14. S. 110–117.

16. Iarenko O. F., Matviets O. V. (2020) Zovnishnoekonomichna bezpeka Ukrainy v konteksti intehratsiinoi polityky: sutnist, zahrozy ta chynnyky vplyvu. [Ukraine's foreign economic security in the context of integration policy: essence, threats and factors of influence]. Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriia: Ekonomika i menedzhment. Vyp. 43. S. 63–69.

Крупка Михайло Іванович

*доктор економічних наук, професор,
завідувач кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівський національний університет імені Івана Франка*

Krupka Mykhailo

*Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Finance, Money Circulation and Credit
Ivan Franko National University of Lviv*
ORCID: 0000-0002-8775-1397

Сас Світлана Петрівна

*аспірантка кафедри фінансів, грошового обігу і кредиту
Львівського національного університету імені Івана Франка*

Sas Svitlana

*PhD Student of the Department of Finance, Money Circulation and Credit
Ivan Franko National University of Lviv*
ORCID: 0000-0001-9142-1959

DOI: 10.25313/2520-2294-2022-6-8109

ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УНІВЕРСИТЕТУ

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP AS A TOOL FOR FORMING THE FINANCIAL POTENTIAL OF THE UNIVERSITY

Анотація. В умовах сучасних викликів як перед Україною, так і вітчизняною системою вищої освіти активне застосування фінансових механізмів в процесі управління й формування економічної безпеки кожного університету є одним із ключових завдань сьогодення. Важливим й ефективним заходом впливу на процес формування фінансового потенціалу закладів вищої освіти (ЗВО) є фінансовий механізм державно-приватного партнерства як взаємовигідна форма співпраці між державними освітніми закладами та приватним сектором на договірних умовах з метою розширення їхніх можливостей й досягнення цілей сталого розвитку. Метою статті є дослідження й напрацювання підходів щодо з'ясування сутності та пошуку механізмів реалізації державно-приватного партнерства (ДПП) в системі вищої освіти України, що сприятиме формуванню фінансового потенціалу кожного університету та соціально-економічному розвитку суспільства.

Науково-практичною значущістю даного дослідження є виокремлення інструментів ДПП, що впливають на ефективність процесів формування і нарощення фінансового потенціалу ЗВО, а саме: підготовка конкурентоздатних фахівців й створення робочих місць; спільна практична підготовка фахівців (бази практик) й розвиток, так званих, *soft skills*; надання учасникам освітнього процесу ґрантів, стипендій та ін; реалізація інвестиційних проєктів, модернізація матеріально-технічної бази; розвиток сучасних технологій навчання й наукової та інноваційної діяльності; підвищення кваліфікації (стажування) працівників обох сторін; створення спільних інноваційних структур, організація наукових заходів; зростання ролі науково-дослідної роботи й комерціалізація її результатів. Водночас, запропоновано для підвищення ефективності реалізації ДПП у системі вищої освіти України здійснити такі заходи: ґрунтовне вивчення пропозицій ринку праці та затребуваності фахівців в галузях національної економіки; підготовка висококваліфікованих фахівців на замовлення (вітчизняного реального сектору, підприємництва, бізнесу); організація системи мотивації приватного бізнесу, зокрема

пільгове оподаткування; розроблення та реалізація механізмів комерціалізації наукових результатів на законодавчому рівні; усунення законодавчих колізій в частині реалізації інвестиційних проєктів.

Ключові слова: державно-приватне партнерство, заклад вищої освіти, конкурентоспроможність, університет, фінансовий потенціал.

Summary. In the conditions of modern challenges facing both Ukraine and the national system of higher education, the active use of financial mechanisms in the process of management and formation of the economic security of each university is one of the key tasks. An important and effective measure of influence on the process of forming the financial potential of higher education institutions (HEIs) is the financial mechanism of public-private partnership as a mutually beneficial form of cooperation between state educational institutions and the private sector on contractual terms with the aim of expanding their capabilities and achieving the goals of sustainable development. The purpose of the article is to research and develop approaches to clarifying the essence and finding mechanisms for the implementation of public-private partnership (PPP) in the higher education system of Ukraine, which will contribute to the formation of the financial potential of every university and the socio-economic development of society.

The scientific and practical significance of this study is the identification of PPP tools that affect the effectiveness of the processes of forming and increasing the financial potential of HEIs, particularly: training competitive specialists and creating job places; joint practical training of specialists (bases of practices) and development of soft skills; provision of grants, scholarships, etc. to the participants of the educational process; implementation of investment projects, modernization of the material and technical basis; development of modern learning technologies and scientific and innovative activities; professional development (internship) of employees; creation of joint innovative structures, organization of scientific events; growing role of research and scientific work and commercialization of its results. It is also proposed to implement the following measures in order to increase the efficiency of PPP implementation in the system of higher education of Ukraine: a thorough study of the labour market offers and the demand for specialists in the branches of the national economy; training of highly qualified specialists for request (domestic real sector, entrepreneurship, business); organization of the private business motivation system, in particular preferential taxation; development and implementation of the mechanisms to commercialize scientific results at the legislative level; elimination of legislative collisions in the implementation of investment projects.

Key words: public-private partnership, institution of higher education, competitiveness, university, financial potential.

Постановка проблеми. Впровадження і розвиток сучасних механізмів державно-приватного партнерства (ДПП) в Україні в усіх сферах національної економіки є одним із ключових завдань уряду й державного управління. В умовах світової глобалізації вітчизняна галузь вищої освіти й науки, яка активно інтегрується в європейський простір та постає перед викликами і загрозами сьогодення, потребує наявності стійкого фінансового потенціалу, що забезпечить її економічну безпеку. У час воєнного стану в Україні відбувається загострення існуючих проблем, зокрема дефіцит бюджетних коштів, зростання інфляції, зменшення рівня платоспроможності населення, неможливість ЗВО встановлювати більш високу вартість платного навчання, що зумовлює необхідність пошуку додаткових джерел та впровадження комплексної програми заходів у сфері удосконалення фінансового забезпечення. Тому, запровадження налагодженої співпраці держави, університетів, приватних партнерів сприятиме соціально-економічному розвитку усіх сторін та є актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У рамках розвитку освітньо-наукової галузі, за-

кладів вищої освіти, механізми державно-приватного партнерства, взаємодія держави та приватного бізнесу в цій галузі представлені у наукових працях І. В. Аксьонової, Н. В. Бондарчук, О. В. Бородієнко [11], Н. Г. Діденко, Д. С. Короткова [11], О. М. Кузь [11], О. О. Ляховець, Я. А. Малихіної [11], Н. Г. Ничкало [11], В. М. Остапенко, І. П. Петрової, О. В. Раєвневої, І. О. Тарасенко [10], О. С. Тарасенка [10], Р. В. Хусаїнова [8], Н. В. Цимбаленко [10], П. І. Шилепницького, Ю. Е. Щербакової [7], М. Я. Яструбського [6]. Однак, застосування сучасних механізмів ДПП як інструменту формування й нарощення фінансового потенціалу ЗВО потребує ґрунтовних досліджень.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження й напрацювання підходів щодо з'ясування сутності та пошуку механізмів реалізації державно-приватного партнерства в системі вищої освіти України, що сприятиме формуванню фінансового потенціалу кожного університету та соціально-економічному розвитку суспільства.

Виклад основного матеріалу. В умовах трансформаційних змін національної економіки,

зокрема й освітньо-наукової галузі, та формування корпоративної підприємницької культури пошук сприятливих умов розвитку, формування стійкого фінансового потенціалу є одним із пріоритетних завдань університетського менеджменту. Водночас, фінансова безпека для ЗВО це запорука стабільності розвитку, досягнення поставлених цілей, а отже й конкурентоспроможності на ринку.

Перспективним для кожного ЗВО України є запровадження фінансових механізмів державно-приватного партнерства у своїй діяльності. Метою такої співпраці є об'єднання фінансових можливостей державного і приватного секторів для досягнення успіху у розвитку системи вищої освіти, модернізації освітньо-наукової галузі країни й вирішення соціально-значущих економічних проблем. ДПП реалізується за допомогою укладання договорів між освітніми закладами та приватними партнерами, що одночасно є і стейкхолдерами, а саме підприємствами, організаціями, установами, бізнесом тощо із обов'язковим визначенням напрямів співпраці.

В законодавстві України сутність поняття державно-приватного партнерства тлумачиться як співробітництво між державою Україна, Автономною Республікою Крим, територіальними громадами в особі відповідних державних органів, що здійснюють управління об'єктами державної власності, органів місцевого самоврядування, Національною академією наук України, національних галузевих академій наук (державні партнери) та юридичними особами, крім державних та комунальних підприємств, установ, організацій (приватні партнери), що здійснюється на основі договору [1]. Водночас, як зазначають іноземні дослідники ДПП, — це модель фінансових відносин, що дає змогу державному сектору використовувати приватний фінансовий капітал так, щоб розширити можливості як держави, так і приватної компанії [2]. Ще одна думка є розглядати ДПП як договірні відносини між урядом і приватним сектором для конкретного проєкту, з одночасним залученням державного та приватного секторів до освіти, розподіляючи витрати і вигоди, ризики та винагороди [3].

Вітчизняна вчена Б. І. Косович виокремлює ДПП як економічну категорію і пропонує розглядати її як засноване на договорі довгострокове співробітництво між державою, територіальними громадами в особі відповідних державних органів та приватними підприємствами, спрямоване на фінансування, інвестування, проєктування, впровадження та управління об'єктами й послугами,

що здійснюється на основі рівності, справедливості, узгодження інтересів державних і приватних партнерів з метою отримання взаємної вигоди та забезпечення вищої ефективності в діяльності, ніж у разі здійснення такої діяльності державним партнером самостійно [4]. ДПП виявляє себе як перспективний інструмент трансформації інвестицій різних форм власності в суспільно важливі об'єкти, послуги та якісні зміни, досягаючи за результатами реалізації відповідних проєктів позитивного впливу на зростання конкурентоспроможності держави, посилюючи функції держави, спрямовані на регулювання безпеки, освіти, охорони здоров'я, захисту довкілля, логістичної діяльності та ін. [5].

Як обґрунтовує вчений-економіст М. Я. Яструбський ДПП у вищій школі має на меті вдосконалення економічних механізмів функціонування галузі, зокрема створення фінансових і ресурсних умов для підвищення ефективності та конкурентоспроможності сфери вищої освіти, зростання інвестиційної привабливості фінансового потенціалу ЗВО, за одночасного забезпечення високої якості підготовки спеціалістів та конституційних прав громадян в освітній сфері [6, с. 144].

Метою поєднання бізнес-структур та вищої освіти є стимулювання всієї освітньої системи не тільки до навчання та досліджень (як основної сфери діяльності), а й до плідної участі в консультуванні, проведенні тренінгів, здійсненні досліджень за цільовими замовленнями комерційних фірм і наданні підтримки їхній повсякденній роботі [7]. Водночас, Р. В. Хусаїнов формулює висновок, що основною метою впровадження ДПП в системі вищої освіти є підвищення фінансово-економічного, матеріально-технічного, інтелектуального рівня закладів вищої освіти та посилення процесу інтеграції навчальних закладів з науковими і підприємницькими структурами для досягнення стійкого економічного зростання суб'єктів партнерства, посилення міжнародної конкурентоспроможності і модернізації економіки в цілому [8].

Економічна наука останніми десятиліттями приділяє особливу увагу вивченню ролі ДПП в забезпеченні ефективного функціонування системи вищої освіти. Так, проведений аналіз науково-економічної літератури і підходів до визначення ДПП дає можливість стверджувати про різнобічність поняття й широкий спектр завдань. Сьогодні для гармонійного піднесення національної економіки потрібні теоретичне обґрунтування та розроблення практичних механізмів інституціонального розвитку людського капіталу, що зорієнтують

бізнес і владу на досягнення й дотримання нових правил і норм оновленого суспільства, економічної життєдіяльності. На наш погляд, державно-приватне партнерство у сфері вищої освіти — це сучасні взаємовигідні форми співпраці між державними освітніми закладами та приватним сектором на договірних умовах з метою розширення їхніх можливостей й досягнення цілей сталого розвитку.

Розуміючи сутність державно-приватного партнерства та його вагомість для розвитку кожного університету, активізації напрямів їхньої діяльності й ефективності прийняття управлінських рішень, необхідністю є побудова алгоритму формування моделі фінансового механізму ДПП за участю його суб'єктів (рис. 1).

Встановлено, що поширеними моделями реалізації ДПП в Україні є: договори про співпрацю, управління майном, концесії, оренди, лізингу, інвестиційні договори тощо. Вибір моделі ДПП залежить від цілей сторін, зокрема ЗВО, проекту, що запланований до реалізації, можливостей приватного партнера, джерел фінансування та ін. Необхідно зауважити, що вибір приватного парт-

нера відбувається на умовах конкурсу, що сприяє прозорості прийняття рішень й відбору економічно вигідного проекту.

Важливо визначити суб'єктів ДПП у сфері вищої освіти, що за активної взаємодії отримують певні вигоди та досягають соціально-економічного розвитку (табл. 1).

Так, якщо розглянути детальніше суб'єктів ДПП, то до державних партнерів відносимо органи державної, регіональної влади та місцевого самоврядування, територіальні громади; приватні партнери — це підприємства, організації, бізнес-структури тощо; державні заклади вищої освіти виступають інституціональними партнерами, невід'ємною складовою яких є учасники освітньо-наукового процесу (здобувачі вищої освіти, працівники), а також випускники, які активізують ринок праці.

За результатами аналізу існуючих практик публічно-приватного партнерства вітчизняні вчені виокремлюють ймовірні ефективні напрями для сфери освіти в Україні, а саме: посилення участі компаній у процесах професійної підготовки кадрів; окреслення зрозумілого і чіткого розподілу



Рис. 1. Алгоритм формування моделі фінансового механізму державно-приватного партнерства в системі вищої освіти України

Джерело: побудовано автором на основі [9]

Таблиця 1

Соціально-економічні ефекти для суб'єктів ДПП у сфері вищої освіти України

Суб'єкти ДПП (зацікавлені сторони)			
Заклад вищої освіти	Приватні партнери	Випускники	Держава
– перспективи розвитку науково-дослідної та освітньої діяльності, матеріально-технічної бази; – зростання якості освітніх і наукових послуг; – підвищення репутації серед стейкхолдерів та рейтингів на ринку	– одержують можливість системно вирішувати питання кадрового забезпечення; – протекціонізм і підтримка держави, в тому числі залучення кредитів	– можливість отримати освіту і працевлаштуватися за спеціальністю після закінчення ЗВО на підприємство, яке в рамках договору ДПП надає випускнику перше робоче місце; – наявність практичних навичок і професійних компетентностей	– підвищення рівня освіченості нації та скорочення кількості мігрантів, які не змогли знайти роботу в Україні; – впровадження інноваційно-інвестиційної стратегії розвитку національної економіки
– паритет відповідальності і розподіл ризиків в процесі виконання спільних проєктів і очікування результату; – доповнення потенціалів (інтелектуальний, кадровий, ресурсний, управлінський, фінансовий тощо); – втілення у життя інноваційних ідей		– наявність кваліфікованих кадрів	

Джерело: побудовано автором на основі [10]



Рис. 2. Підхід до формування інструментів державно-приватного партнерства ЗВО

Джерело: побудовано автором

обов'язків у партнерстві; розбудова національних стандартів професійної освіти; поступове впровадження елементів дуальної освіти; сприяння зростанню престижності професійної освіти як привабливої альтернативи академічній освіті; полегшення траєкторії навчання між професійною і вищою освітою; прогнозування навичок [11].

На нашу думку, кожен державний університет, формуючи свою стратегію розвитку і щорічний бюджет, проводить оцінку можливостей й перспектив, а також викликів та загроз. Такими перспективами і можливостями є розроблення нових підходів до формування й активне використання у своїй діяльності інструментів ДПП, які запропоновані на рис. 2.

На сучасному етапі розбудови ринкових відносин в Україні актуалізується питання ефективності формування, нагромадження та використання акумульованих фінансових ресурсів державними закладами вищої освіти. Інвестування розвитку освіти і науки, що є чинниками соціально-економічного прогресу суспільства, зокрема використовуючи інструменти ДПП, є важливим на сьогодні для кожного вітчизняного ЗВО, а фінансова стійкість, що досягається за наявності сформованого фінансового потенціалу та його ефективного використання — пріоритетне завдання університетського менеджменту.

Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямку. Підсумовуючи, можна конста-

тувати, що в умовах ринкової економіки й викликів сучасності розвиток та реалізація ДПП в університетах є вагомим інструментом формування й нарощення фінансового потенціалу, зростання його інвестиційної спроможності, що дасть можливість ефективно провадити усі види діяльності, покращувати матеріально-технічне забезпечення закладу, впроваджувати інновації, а також підвищувати їхню конкурентоспроможність. Така форма взаємовигідних партнерських відносин (співпраці) державного й приватного секторів беззаперечно сприятиме соціально-економічному розвитку учасників освітньо-наукового процесу, мотивуватиме їх до нових ідей та підвищить якість і професійні компетентності молоді на ринку праці.

Водночас, з метою підвищення ефективності ДПП у системі вищої освіти України доцільними, на наш погляд, є такі заходи: ґрунтовне вивчення пропозицій ринку праці та затребуваності фахівців в галузях національної економіки; підготовка висококваліфікованих фахівців на замовлення (вітчизняного реального сектору, підприємництва, бізнесу); запровадження системи мотивації приватного бізнесу, зокрема пільгове оподаткування; розроблення та реалізація механізмів комерціалізації наукових результатів на законодавчому рівні; усунення законодавчих колізій в частині реалізації інвестиційних проєктів, що є предметом подальших наукових досліджень.

Література

1. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 01 лип. 2010 р. № 2404-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17/ed20220101#Text> (дата звернення: 23.03.2022).
2. Hodge G. A., Greve C. Public-Private Partnerships: An International Performance Review. *Public Administration Review*. 2007. Vol. 67 (3). P. 545–558.
3. Jandhyala Tilak Public Private Partnership in Education. THF Discussion Paper. 2016. Series № 3/2016. URL: https://www.researchgate.net/publication/304556199_PUBLIC_PRIVATE_PARTNERSHIP_IN_EDUCATION_THF_Discussion_Paper.
4. Косович Б. Державно-приватне партнерство як один з важливих інструментів забезпечення цілей сталого розвитку. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. № 4. С. 51–59.
5. Круглов В. В. Механізми державного регулювання розвитку державно-приватного партнерства в Україні: дис. ... док. наук: 25.00.02. Харків, 2020. 479 с.
6. Яструбський М. Я. Діяльність вищих навчальних закладів України: гармонійний розвиток, державне регулювання та інвестиційно-інноваційне забезпечення: монографія. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2018. 196 с.
7. Щербакова Ю. Е. Державно-приватне партнерство в управлінні вищою освітою. Гілея: науковий вісник: збірник наукових праць. 2015. № 197 (6). С. 434–440.
8. Хусаїнов Р. В. Державно-приватне партнерство в системі вищої освіти України. *Вісник ОНУ імені І. І. Мечникова*. 2014. Т. 19. Випуск 2/2. С. 190–196.

9. Шулюк Б. С. Системний підхід до побудови моделі фінансового механізму державно-приватного партнерства. Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління. 2019. Том 18. Вип. 2 (42). С. 71–82.

10. Тарасенко І. О., Цимбаленко Н. В., Тарасенко О. С. Особливості реалізації механізму державно-приватного партнерства у сфері вищої освіти та науки. Науковий вісник Полісся. 2019. № 1(17). С. 26–32.

11. Borodiyenko O., Nychkalo N., Malykhina Ya., Kuz O., Korotkov D. Public-private partnership in education as a prerequisite for the growth of regional labor markets: analysis of foreign experience. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. 2021. № 1(36). P. 408–420.

References

1. Pro derzhavno-pryvatne partnerstvo: Zakon Ukrainy vid 01.07.2010 r. № 2404-VI [On Public-Private Partnership: Law of Ukraine from July 01 2014 № 2404-VI]. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17/ed20220101#Text> (accessed: 23.03.2022) [in Ukrainian].

2. Hodge G. A., Greve C. (2007). Public-Private Partnerships: An International Performance Review. Public Administration Review. Vol. 67 (3). P. 545–558 [in English].

3. Jandhyala Tilak Public Private Partnership in Education. (2016). THF Discussion Paper. Series № 3/2016. Available at: https://www.researchgate.net/publication/304556199_PUBLIC_PRIVATE_PARTNERSHIP_IN_EDUCATION_THF_Discussion_Paper [in English].

4. Kosovych B. (2020). Derzhavno-pryvatne partnerstvo yak odyin z vazhlyvykh instrumentiv zabezpechennia tsilei staloho rozvytku [Public-private partnership as one of the important tools for the maintenance of sustainable development goals]. Ekonomichniy analiz. Tom 30. № 4. S. 51–59 [in Ukrainian].

5. Kruhlov V. V. Mekhanizmy derzhavnogo rehuliuвання rozvytku derzhavno-pryvatnoho partnerstva v Ukraini [Mechanisms of state regulation of the development of public-private partnership in Ukraine]: dys. ... dok. nauk: 25.00.02. Kharkiv, 2020. 479 s. [in Ukrainian].

6. Yastrubskyy M. Ya. Diialnist vyshcheykh navchalnykh zakladiv Ukrainy: harmoniinyi rozvytok, derzhavne rehuliuвання ta investytsiino-innovatsiine zabezpechennia: monohrafiia [Activities of higher educational institutions of Ukraine: harmonious development, state regulation and investment and innovation support]. Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki, 2018. 196 s. [in Ukrainian].

7. Shcherbakova Yu. E. (2015). Derzhavno-pryvatne partnerstvo v upravlinni vyshchoi osvity [Public-private partnership in the management of higher education]. Hileia: naukovyi visnyk: zbirnyk naukovykh prats. № 197 (6). S. 434–440 [in Ukrainian].

8. Khusainov R. V. (2014). Derzhavno-pryvatne partnerstvo v systemi vyshchoi osvity Ukrainy [Public-private partnership in higher education system of Ukraine]. Visnyk ONU imeni I. I. Mechnykova. T. 19. Vypusk 2/2. S. 190–196 [in Ukrainian].

9. Shuliuk B. S. (2019). Systemnyi pidkhid do pobudovy modeli finansovoho mekhanizmu derzhavno-pryvatnoho partnerstva [System approach to building model of financial mechanism of state-private partnership]. Rynkova ekonomika: suchasna teoriia i praktyka upravlinnia. Tom 18. Vyp. 2 (42). S. 71–82 [in Ukrainian].

10. Tarasenko I. O., Tsymbalenko N. V., Tarasenko O. S. (2019). Osoblyvosti realizatsii mekhanizmu derzhavno-pryvatnoho partnerstva u sferi vyshchoi osvity ta nauky [Implementation features of the public-private partnership mechanism in the sphere of higher education and science]. Naukovyi visnyk Polissia. № 1(17). S. 26–32 [in Ukrainian].

11. Borodiyenko O., Nychkalo N., Malykhina Ya., Kuz O., Korotkov D. (2021). Public-private partnership in education as a prerequisite for the growth of regional labor markets: analysis of foreign experience. Financial and Credit Activity Problems of Theory and Practice. № 1(36). P. 408–420 [in English].

НАУКОВЕ ФАХОВЕ ВИДАННЯ

МІЖНАРОДНИЙ НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ «ІНТЕРНАУКА».

Серія: «Економічні науки»

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL «INTERNAUKA».

Series: «Economic sciences»

МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ИНТЕРНАУКА».

Серия: «Экономические науки»

№ 6(62)

Головний редактор — *Камінська Т. Г.*

Київ 2022

Видано у авторській редакції

Адреса редакції: Україна, м. Київ, вул. Ломоносова, буд. 18

Контактний телефон: +38(044) 222 58 89

Контактний телефон: +38(067) 401 84 35

E-mail: editor@inter-nauka.com

Підписано у друк 30.06.2022. Формат 60×84/8

Папір офсетний. Гарнітура UkrainianSchoolBook. Друк офсетний.

Умовно-друкованих аркушів 15,81. Тираж 100. Заказ № 217.

Ціна договірна. Надруковано з готового оригінал-макета.

Надруковано у видавництві

ТОВ «Центр учбової літератури»

вул. Лаврська, 20, м. Київ

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи

до державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів

видавничої продукції ДК № 2458 від 30.03.2006 р.