

ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 178, 2022



Видавничий дім
«Гельветика»
2022

Головний редактор:

Орловська Ю.В., д.е.н., завідувач кафедри міжнародної економіки та публічного управління і адміністрування ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Члени редакційної колегії:

Андрусів У.Я., к.е.н., доцент кафедри, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу.
Бірюченко С.Ю., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Божанова В.Ю., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Булатова О.В., д.е.н., професор, перший проректор Маріупольського державного університету.
Губа М.І., к.е.н., доцент кафедри, Херсонський національний технічний університет.
Довгаль О.А., д.е.н., професор кафедри, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна.
Свтушенко Н.О., д.е.н., професор кафедри, Державний університет телекомунікацій (м. Київ).
Зварич І.Я., д.е.н., завідувач кафедри, Західноукраїнський національний університет.
Касян С.Я., к.е.н., завідувач кафедри, НТУ «Дніпровська політехніка».
Кахович О.О., к.держ.упр., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Каховська О.В., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Машенко С.О., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Морозова С.А., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Нямещук Г.В., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Пархоменко-Кутевіл О.І., д.держ.упр., завідувач кафедри, Університет Григорія Сковороди в Переяславі.
Пирог О.В., д.е.н., завідувач кафедри, Національний університет «Львівська політехніка».
Поповиченко І.В., д.е.н., завідувач кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Свірко С.В., д.е.н., професор кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Супрунова І.В., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Ткачук Г.Ю., к.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Тростенюк Т.М., доктор філософії, доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Фісуненко П.А., д.е.н., професор кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Чала В.С., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Черчата А.О., к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».
Чириченко Ю.В., д.е.н., професор кафедри, Університет митної справи та фінансів.
Юшкевич О.О., д.е.н., доцент кафедри, Державний університет «Житомирська політехніка».
Dariusz Pawliszczy, Doctor of Economics, Dr h. c. mult. Mayor of Gromadka, Professor, University of the Third Age in Gromadka (Poland).
Maija Šenfelde, PhD in Economics, Professor of Macroeconomics, Director of the Institute of National and Regional Economy at Riga Technical University (Latvia).
Marcin Kęsy, PhD in Economics, University of Economy in Bydgoszcz (Poland).

Друкується відповідно рішення Вченої ради
Придніпровської державної академії будівництва та архітектури
(Протокол № 9 від 22.02.2022 р.)

Свідоцтво про Державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 12699-1583 Р,
видане Міністерством юстиції України 17.05.2007 р.

Науковий збірник «Економічний простір» включено до переліку наукових фахових видань України
в галузі економічних наук (категорія «Б») на підставі Наказу МОН України
від 2 липня 2020 року № 886 (додаток 4)

Галузь науки: економічні.
Спеціальності: 051 – Економіка; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг;
076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність;
281 – Публічне управління та адміністрування; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Збірник включений до міжнародних наукометричних баз даних
Index Copernicus та Google Scholar

Е 45 Економічний простір: Збірник наукових праць. – № 178. – Дніпро: ПДАБА, 2022. – 84 с.

У збірнику розглядаються сучасні проблеми просторових економічних систем, сталого екологізберезуючого розвитку економіки, інноваційних процесів макро і мікрорівня, кластерних форм організації бізнесу, ресурсозбереження, фінансових та інвестиційних аспектів економічного зростання, ефективності регуляційних дій органів державного управління та місцевого самоврядування. Особливої уваги в збірнику набувають питання підвищення якості освітнянських функцій вищих навчальних закладів, ролі освіти в постіндустріальному суспільстві. Рекомендовано для студентів, аспірантів, науковців, викладачів, представників органів державного управління та місцевого самоврядування.

Статті у виданні перевірені на наявність плагіату за допомогою
програмного забезпечення StrikePlagiarism.com від польської компанії Plagiat.pl.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Решетнікова О. В., Даниленко В. І., Дядик Т. В. ДОЦІЛЬНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ БРЕНДУ В СУЧАСНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ.....	7
---	---

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Боднарук І. Л., Перович Л. Л. ТИПОВИЙ ПОРТРЕТ ПОКУПЦЯ ЖИТЛА НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ.....	12
Смерічевський С. Ф., Михальченко О. А. ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ КОСМОСУ: РЕГУЛЮВАННЯ, ФУНКЦІЇ, ОБ'ЄКТИ, ПРІОРИТЕТИ.....	17
Крупіца І. В., Євтушок О. В., Киричук В. Г. СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	24

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вороніна В. Л., Бондаренко Д. В., Завгородній В. Р. ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ.....	31
Гнилянська Л. Й., Дорошенко В. І. ЗАХОДИ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЮ НА ПП «НВП «СПАРИНГ-ВІСТ ЦЕНТР».....	38
Ільченко В. М. СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНДИКАТОР СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА.....	46
Korzh Maryna, Malinoshevska Kateryna DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE STRATEGY FOR AN INTERNATIONAL ENTERPRISE.....	51
Ткачук Г. Ю. ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА.....	55
Лагодієнко В. В., Богданов О. О., Попкова С. О. РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ.....	60

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Костецький Я. І., Брик М. М. ІНТЕГРОВАНА ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ, ЇЇ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ.....	65
Євсєєва О. О. КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД МЕТОДОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ ЗВІТНИХ ДАНИХ У ПОРІВНЯЛЬНИЙ ВИГЛЯД ПРИ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ	71

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Лагодієнко Н. В., Склад Л. Б., Степаненко С. В.

ЕЛЕКТРОННЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ

ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ СПЛАТИ78

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Reshetnikova Olga, Danylenko Viktoriya, Diadyk Tatiana	
EXPEDIENCY OF BRAND GLOBALIZATION FORMATION IN THE MODERN INTERNATIONAL MARKETING ENVIRONMENT	7

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Bodnaruk Iryna, Perovych Lesia	
TYPICAL PORTRAIT OF HOMEOWNER IN REAL ESTATE MARKET.....	12
Smerichevskiy Serhii, Mykhalchenko Oleksii	
TRANSFORMATION OF THE SPACE ECONOMY: REGULATIONS, FUNCTIONS, OBJECTS, PRIORITIES.....	17
Krupitsa Iryna, Yevtushok Olha, Kyrychuk Vladyslav	
WORLD TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS TOURISM IN UKRAINE.....	24

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Voronina Victoriia, Bondarenko Daryna, Zavhorodnii Viktor	
FORMING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMPANY BY DEVELOPING INNOVATIVE OPPORTUNITIES.....	31
Gnylianska Lesia, Doroshenko Viktoriya	
MEASURES TO IMPROVE MANAGEMENT ENERGY EFFICIENCY ON PE "RPPE "SPARING-VIST CENTER".....	38
Iichenko Viktoriia	
SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INDICATOR CONSCIOUSNESS OF SOCIETY.....	46
Maryna Korzh, Kateryna Malinoshevska	
DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE STRATEGY FOR AN INTERNATIONAL ENTERPRISE.....	51
Tkachuk Hanna	
TOOLS FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE.....	55
Lagodiienko Volodymyr, Bogdanov Oleksandr, Popkova Svitlana	
ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMY GLOBALIZATION.....	60

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Yaroslav Kostetskyi, Mykhailo Bryk	
INTEGRATED FINANCIAL REPORTING IN AGRICULTURE, ITS COMPOSITION AND PROBLEMS OF IMPLEMENTATION.....	65
Ievsieieva Olga	
CONCEPTUAL APPROACH OF THE METHODOLOGY FOR PREPARING REPORTING DATA IN A COMPARATIVE FORM TO CALCULATE FINANCIAL STANDING INDICATORS	71

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Lagodiienko Natalia, Larysa Skliar, Stepanenko Sergii

ELECTRONIC ADMINISTRATION OF TAXES AS A MEANS

OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THEIR PAYMENT.....**78**

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.5:658.8

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-1>**Решетнікова О. В.**кандидат економічних наук,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-7666-5728>**Даниленко В. І.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID <http://orcid.org/0000-0001-8676-0622>**Дядик Т. В.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8422-3775>**Reshetnikova Olga, Danylenko Viktoria, Diadyk Tatiana**
Poltava State Agrarian University.

ДОЦІЛЬНІСТЬ ФОРМУВАННЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ БРЕНДУ В СУЧАСНОМУ СЕРЕДОВИЩІ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

У статті досліджено доцільність формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу. Виявлено, що бренд являється одним із значущих нецінових засобів управління конкурентоспроможністю на міжнародному ринку. Зазначено, що основними передумовами успішності брендів на глобальному рівні є: унікальний маркетинговий інструментарій; функціональні особливості бренду; гнучкість дії компанії; сучасна комунікаційна стратегія; врахування культурних особливостей країни та її державної символіки. Здійснено порівняльну оцінку вартості найуспішніших світових та вітчизняних брендів. Відзначено, що для успіху бренду важливими є маркетингові рішення компанії. Установлено основні проблеми для українського бізнесу на світовому ринку. Розроблено інструменти адаптації вітчизняних компаній до світових тенденцій розвитку брендів.

Ключові слова: бренд, брендинг, глобалізація, міжнародний маркетинг, експорт

EXPEDIENCY OF BRAND GLOBALIZATION FORMATION IN THE MODERN INTERNATIONAL MARKETING ENVIRONMENT

The article examines the feasibility of brand globalization in the modern environment of international marketing. Success in competition in foreign markets depends not only on the quality and price of products, but also on the use of marketing tools, among which a special place is occupied by branding technologies. For export-oriented companies, branding is one of the main elements of market activity. It was found that the brand is one of the significant non-price means of competitiveness management in the international market. As a result of the impact of globalization, the value of brands is growing, there is a need to create new and expand them into new product markets. It creates additional competitive advantages of the international company – the owner of the brand – in the field of product, pricing, distribution and communication policy. The main prerequisites for the success of brands at the global level are: unique marketing tools; brand functional features; flexibility of the company's actions; modern communication strategy; taking into account the cultural features of the country and its state symbols. A comparative assessment of the value of the most successful global and domestic brands. It is noted that the company's marketing decisions are important for the success of the brand. The issue of domestic brands entering the global market is quite relevant, because to increase the level of competitiveness at the global level, export-oriented business must operate under its own brand. It is established that the main problems for Ukrainian business on the world market are the following: non-acceptance of Ukrainian brands by foreign consumers; unpreparedness of some brands for certification and standardization; lack of support for brands at the consumer level, because the support of the product is carried out only to the level of distributors; lack of effective support for exporters at the state level. To overcome these problems, domestic companies should use such tools to adapt to global development trends as the constant introduction of innovative technologies in production processes, focus on social issues, strengthening consumer interests, transforming the values of the organization to increase internal and external competition.

Keywords: brand, branding, globalization, international marketing, export

JEL classification: F10, M31

Постанова проблеми. Характерною ознакою та важливою умовою ефективного розвитку управлінської діяльності економічних суб'єктів в умовах глобалізації світових товарних ринків є активна глобалізація брендів. Успіх у конкурентній боротьбі на зовнішніх ринках залежить не тільки від якості та ціни продукції, а також від використання маркетингових інструментів, серед яких особливе місце займають технології брендингу. Для компаній, які орієнтовані на експорт, брендинг являє собою один з головних елементів ринкової діяльності. Закордонним споживачам недостатньо відомі українські бренди. Це призводить до того, що українські виробники часто використовують на світових ринках стратегію цінової конкуренції, що обмежує можливості експортерів задовольнити потреби різних сегментів ринку.

Просування брендів вимагає з одного боку великих капіталовкладень, а з іншого – являється запорукою збільшення обсягів збуту продукції та успішного завоювання ринку. В результаті впливу процесів глобалізації, вартість брендів зростає, виникає необхідність створення нових та поширення їх на нові товарні ринки. З огляду на це тема є актуальною.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми доцільності глобалізації брендів знайшли своє відображення у дослідженнях таких вчених як: Богоявленський О.В., Іваненко Л.М., Остапенко О.Д., Чернишова Л.О. та інших. Проблеми та перспективи розвитку міжнародного маркетингу в Україні досліджені у роботах таких вчених як: Бережна Ю.А., Корж М.В., Літвиненко М.В., Літвиненко О.О., Чуб І.В. та інших.

Однак, враховуючи динамічні зміни та інноваційні процеси, питання доцільності формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу потребує подальшого розвитку.

Формулювання цілей статті. Метою дослідження є визначення доцільності формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах підприємства стикаються з жорсткою конкурентною боротьбою. Щоб вижити в цій боротьбі та досягти успіху, необхідно використовувати можливості маркетингу. Саме на основі міжнародної маркетингової діяльності проводиться більшість комерційних операцій на світовому ринку.

Літвиненко М.В., Бережна Ю.А., Літвиненко О.О. у своїй роботі [5, с. 66] зазначають, що на сучасному етапі в нашій країні існує ряд передумов для успішного переходу до міжнародних стандартів діяльності та функціонування в області маркетингу.

Корж М.В. та Чуб І.В. [4, с. 23] відмічають, що «загальна стратегія міжнародного маркетингу повинна включати комплекс стратегій, до числа яких входить товарна маркетингова стратегія, цінова маркетингова стратегія, маркетингова стратегія управління конкурентоспроможністю, стратегія маркетингового контролю на міжнародному рівні і стратегія управління персоналом».

На нашу думку, до цієї сукупності стратегій варто додати ще й стратегію управління брендом. Бренд являється одним із значущих нецінових засобів управління конкурентоспроможністю на міжнародному ринку. Узагальнюючи теоретичні підходи до сутності поняття бренд, пропонуємо визначити його як комплексне поняття, якщо символізує уявлення споживачів про унікальну цінність певного об'єкту (компанії, товару, послуги тощо) та є джерелом нарощення грошового потоку від його застосування. Бренд формує додаткові конкурентні переваги міжнародної компанії – власника бренду – у сфері товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики (рис. 1).

Глобалізація робить конкурентне середовище дуже рухливим. При проникненні на нові міжнародні ринки, нові бренди впливають на позиції, що вже закріпилися за певними фірмами. В умовах глобальної конкуренції лідерство компанії забезпечується діяльністю на всіх ринках, де вона працює, однак, вкрай важливо завоювати лідерство в стратегічно важливих країнах, де ємність ринку найбільша.

Як зазначають Богоявленський О.В. та Остапенко О.Д. [1, с. 31], поширенню глобалізації, як форми інтернаціоналізації бізнесу, і зростання популярності глобальної брендової політики сприяє ряд факторів, серед яких: особливості продукції; розвиток загальних стандартів і правил міжнародного бізнесу; культурні фактори; економічне зростання окремих країн; інтернаціоналізація стилю життя; зміна ролі національних традицій та звичаїв; поява глобальних інформаційних мереж і засобів зв'язку; висока лояльність споживачів до глобальних або національних брендів; особливості конкуренції.

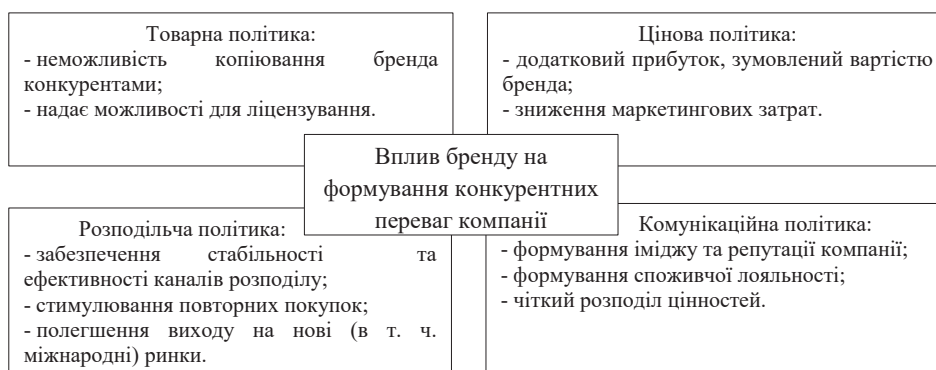


Рис. 1. Вплив бренду на формування конкурентних переваг міжнародної компанії

Джерело: побудовано на основі [2, 7]

Вихід брендів на глобальні ринки без вищезазначених факторів був би неможливим. Тому ідентифікація та врахування зазначених факторів під час формування стратегії виходу на міжнародні ринки є об'єктивною необхідністю для українського бізнесу.

На основі аналізу досвіду розвинених країн щодо управління брендом на глобальному рівні, Іваненко Л.М. [3, с. 39] виділяє передумови їхньої успішності: «функціональні особливості бренду; унікальний маркетинговий інструментарій; сучасна комунікаційна стратегія; гнучкість дій компанії; врахування культурних особливостей країни та її державної символіки».

Варто відзначити, що використання стратегії міжнародного (глобального) бренду дає можливість стандартизації та використання міжнародних засобів інформації; є більш ефективним за витратами порівняно зі стратегією локального бренду. Однак існує необхідність відповідності різним законодавчим вимогам; можливість розминання іміджу; наявність мовних та культурних проблем.

Щороку дослідницька група Kantar BrandZ ранжує компанії на основі їх «цінності бренду». В табл. 1 представлено найуспішніші глобальні бренди та їх вартість у 2021 р.

За даними таблиці можна відмітити, що на першому місці в рейтингу 2021 р. стоїть компанія Amazon із загальною вартістю бренду 683 мільярди доларів. Дана компанія вже третій рік поспіль очолює рейтинг найдорожчих брендів світу. Порівняно з минулим роком вартість бренду зросла на 64%. Усі представлені глобальні бренди демонструють тенденцію зростання їхньої вартості, порівняно з попереднім роком, що зумовлює необхідність вивчення їхнього досвіду для українських виробників, орієнтованих на глобальний ринок. Найбільший темп приросту вартості демонструє бренд Apple (74%). Варто відзначити, що найпопулярніші бренди у списку – великі технологічні компанії. Пандемія підштовхнула споживачів до Інтернету як для покупок, так і для розваг. Кілька платформ соціальних медіа також посіли топові місця в списку, як-от Facebook, який цього року піднявся на два позиції і посів шосте місце з вартістю бренду 227 мільярдів доларів. Загальна вартість 100 найкращих брендів 2021 р. зросла в порівнянні з 2020 р. на 42%, досягнувши 7 трильйонів доларів. Темп зростання тісно

корелює з капіталом бренду. Іншими словами, сильний бренд, скоріш за все, матиме вищі темпи зростання, ніж слабший бренд, що дозволяє пояснити той факт, що такі компанії як Amazon та Apple змогли утримувати лідируючі позиції кілька років поспіль. Також важливим для успіху бренду є маркетингові рішення компанії. Ефективна маркетингова стратегія може змінити ситуацію, і навіть менші бренди можуть зробити фурор, якщо їх комунікаційні повідомлення мають вплив на споживачів. Крім того важливо реалізувати розроблену стратегію та постійно інвестувати у способи, які підтримують імідж бренду. Наприклад, інновації є основною цінністю бренду Tesla. Так у 2020 р. компанія з виробництва електромобілів витратила 1,5 млрд. дол. на дослідження та розробки.

Щороку компанія MPP Consulting складає рейтинг найдорожчих брендів України. Вартість перших десяти компаній з даного рейтингу за період 2019-2020 рр. представлена на рис. 2.

За 2020 рік загальна вартість першої сотні українських брендів зросла в ціні на 4,7% і склала 6,2 млрд. дол. У 2020 р., за наведеними даними, найдорожчим українським брендом став бренд Morshinska, вартість якого оцінено в 525 млн. дол., що на 4,55% менше, ніж у 2019 р. (550 млн. дол.). Порівняно з глобально відомими брендами його вартість навіть не сягає вартості останнього у наведеному списку найдорожчих брендів. Однак представлені українські бренди є відомими на ринках регіонального масштабу і мають достатньо потужний потенціал для виходу на глобальний ринок.

За лідером у рейтингу ідуть такі компанії як Нова пошта (337 млн. дол.) і Rozetka (311 млн. дол.). У сотні найдорожчих з'явилося 11 нових компаній. Максимальну кількість місць в рейтингу посіли бренди, які асоціюються з продуктами харчування, переробкою молока і виробництвом алкоголю, пива та безалкогольних напоїв. Далі йдуть ритейл, фармацевтичне виробництво, паливо і енергетика, господарчі товари. Найменше представництво мають логістика, фінансові та телекомунікаційні послуги і ювелірна галузь. Максимальне зростання за минулий рік (164%), показав бренд «Стожар». Соняшникова олія від компанії «Кернел» просунулася на 23 позиції вгору завдяки активній рекламній кампанії. Також серед компаній, що пока-

Таблиця 1

Топ 10 найдорожчих глобальних брендів за версією Kantar BrandZ, 2021 р.

Ранг	Бренд	Країна	Галузь	Вартість бренду в 2021 р., млрд. дол.	Темп приросту порівняно з 2020 р., %
1	Amazon	США	Споживчі товари та роздрібна торгівля	683,85	64
2	Apple	США	Технології	612,00	74
3	Google	США	Медіа та розваги	458,00	42
4	Microsoft	США	Постачальники бізнес-рішень та технологій	410,27	26
5	Tencent	Китай	Медіа та розваги	240,93	60
6	Facebook	США	Медіа та розваги	226,74	54
7	Alibaba	Китай	Споживчі товари та роздрібна торгівля	196,91	29
8	Visa	США	Фінансові послуги	191,29	2
9	McDonald's	США	Їжа та напої	154,92	20
10	Mastercard	США	Фінансові послуги	112,88	4

Джерело: складено авторами за даними [8]

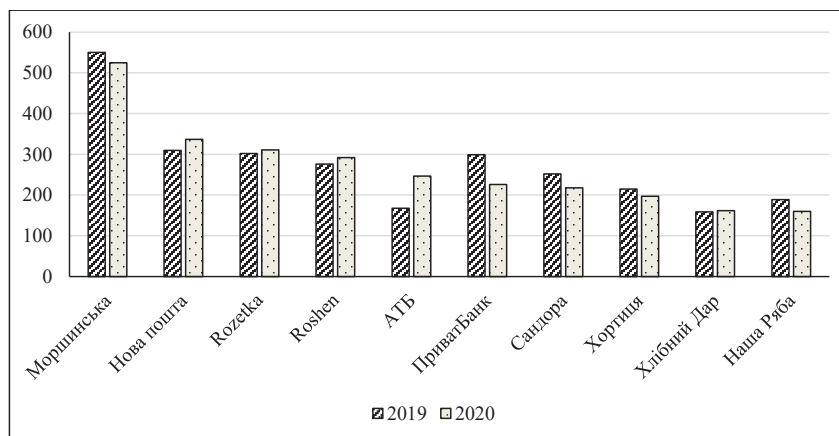


Рис. 2. Вартість українських брендів у 2019-2020 рр., млн дол.

Джерело: складено на основі [6]

зали активне зростання (вгору на 21 і 19 позицій) слід відзначити морепродукти «Водний світ» і шоколад Millenium. Натомість, лідерами падіння стали представники ритейлу. Зокрема, «Велика Кишеня» і «ЕКО маркет» (зниження, відповідно, на 16 і 11 пунктів).

Питання виходу вітчизняних брендів на глобальний ринок є досить актуальним, оскільки для підвищення рівня конкурентоспроможності на глобальному рівні бізнес, орієнтований на експорт, повинен функціонувати під власним брендом. Установлено, що основними проблемами для українського бізнесу на світовому ринку є такі: несприйняття українських брендів зарубіжними споживачами; неготовність деяких брендів до сертифікації та стандартизації; відсутність підтримки брендів на споживчому рівні, тому що супровід товару здійснюється лише до рівня дистриб'юторів; відсутність реально діючої підтримки експортерів на державному рівні.

Для подолання зазначених вище проблем вітчизняним компаніям, що реалізують стратегію міжнародної діяльності, пропонується використовувати такі інструменти адаптації до світових тенденцій розвитку: постійне впровадження інноваційних технологій у процеси виробництва, орієнтація на соціальні проблеми, посилення інтересів споживачів, трансформація цінностей організації у напрямі посилення внутрішньої та зовнішньої конкуренції.

Висновки. У результаті проведеного дослідження виявлено, що бренд являється одним із значущих нецінових засобів управління конкурентоспроможністю на міжнародному ринку. Він формує додаткові конкурентні переваги міжнародної компанії – власника бренду – у сфері товарної, цінової, розподільчої та комунікаційної політики.

Основними передумовами успішності брендів на глобальному рівні є: унікальний маркетинговий

інструментарій; функціональні особливості бренду; гнучкість дій компанії; сучасна комунікаційна стратегія; врахування культурних особливостей країни та її державної символіки.

На основі аналізу рейтингу найдорожчих глобальних брендів зроблено наступні висновки. Темп зростання тісно корелює з капіталом бренду. Іншими словами, сильний бренд, скоріш за все, матиме вищі темпи зростання, ніж слабший бренд. Важливими для успіху бренду є маркетингові рішення компанії. Ефективна маркетингова стратегія може змінити ситуацію, і навіть менші бренди можуть зробити фурор, якщо їх комунікаційні повідомлення мають вплив на споживачів. Крім того важливо реалізувати розроблену стратегію та постійно інвестувати у способи, які підтримують імідж бренду.

Установлено, що основними проблемами для українського бізнесу на світовому ринку є такі: несприйняття українських брендів зарубіжними споживачами; неготовність деяких брендів до сертифікації та стандартизації; відсутність підтримки брендів на споживчому рівні, тому що супровід товару здійснюється лише до рівня дистриб'юторів; відсутність реально діючої підтримки експортерів на державному рівні.

Для подолання цих проблем вітчизняним компаніям варто використовувати такі інструменти адаптації до світових тенденцій розвитку як постійне впровадження інноваційних технологій у процеси виробництва, орієнтація на соціальні проблеми, посилення інтересів споживачів, трансформація цінностей організації у напрямі посилення внутрішньої та зовнішньої конкуренції тощо.

Представлені результати дослідження можуть бути використані для формування глобалізації бренду в сучасному середовищі міжнародного маркетингу.

Список використаних джерел:

1. Боговяленський О.В., Остапенко О.Д. Особливості створення і просування українських брендів на міжнародних ринках. *Економіка і суспільство*. 2018. Вип. 16. С. 29-35. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/6.pdf (дата звернення: 30.01.2022)
2. Дядик Т.В. Брендинг та інтернет-брендинг – найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір*. 2020. Вип. 156. С. 124-128. URL: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-22> (дата звернення: 31.01.2022)
3. Іваненко Л.М. Методологічні основи формування та просування бренду на глобальний ринок. *Розвиток економіки України: трансформації та інновації*: колективна монографія / за заг. ред. О. Л. Гальцової. У 2 томах. Запоріжжя: Видавничий дім «Гельветика», 2017. Т. 1. С. 35-48.

4. Корж М.В., Чуб І.В. Міжнародний маркетинг як основа розвитку міжнародного бізнесу. *Стратегія розвитку України*. 2017. № 1. С. 21-24. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sru_2017_1_7 (дата звернення: 30.01.2022)
5. Літвіненко М.В., Бережна Ю.А., Літвіненко О.О. Міжнародний маркетинг – проблеми та перспективи розвитку в Україні. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2017. № 45 (1266). С. 64-67. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33911> (дата звернення: 01.02.2022)
6. ТОП-100 найдорожчих брендів України. URL: <https://np.pl.ua/2021/08/top-100-naydorozhchych-brendiv-ukrainy/> (дата звернення: 01.02.2022)
7. Чернишова Л.О. Брендінг у системі управління конкурентоспроможністю міжнародної компанії. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 23. С. 51-55.
8. What are the most valuable global brands in 2021? URL: <https://www.kantar.com/inspiration/brands/what-are-the-most-valuable-global-brands-in-2021> (дата звернення: 01.02.2022)

References:

1. Bogoyavlenskiy O.V., Ostapenko O.D. (2018) Osoblyvosti stvorennia i prosuvannia ukrainskykh brendiv na mizhnarodnykh rynkakh [Special aspects of Ukrainian brand creation and development in international markets]. *Ekonomika i suspilstvo* (electronic journal), vol. 16, pp. 29-35. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/16_ukr/6.pdf (accessed 30 January 2022).
2. Diadyk T.V. (2020) Brendynh ta internet-brendynh – naivazhlyvishi instrumenty formuvannia brendu pidpriemstva [Branding and Internet branding are the most important tools of enterprise brand formation]. *Ekonomichnyi prostir* (electronic journal), vol. 156, pp. 124-128. Available at: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/156-22> (accessed 31 January 2022).
3. Ivanenko L.M. (2017) Metodolohichni osnovy formuvannia ta prosuvannia brendu na hlobalnyi rynek [Methodological bases of brand formation and promotion on the global market]. *Rozvytok ekonomiky Ukrainy: transformatsii ta innovatsii : kolektyvna monohrafiia / za zah. red. O. L. Haltsovoi. U 2 tomakh. Zaporizhzhia : Vydavnychiy dim «Helvetyka», vol. 1. pp. 35-48.*
4. Korzh M.V., Chub I.V. (2017) Mizhnarodnyi marketynh yak osnova rozvytku mizhnarodnoho biznesu [International marketing as a basis of development of international business]. *Stratehiia rozvytku Ukrainy*, (electronic journal), vol. 1, pp. 21-24. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/sru_2017_1_7 (accessed 30 January 2022).
5. Litvinenko M.V., Berezhnaya J.A., Litvinenko A.A. Mizhnarodnyi marketynh – problemy ta perspektyvy rozvytku v Ukraini. [International Marketing - Problems and Prospects of Development in Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho tekhnichnoho universytetu «Kharkivskiy politekhnichnyi instytut»,* (electronic journal), vol. 45 (1266), pp. 64-67. Available at: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/33911> (accessed 01 February 2022).
6. TOP-100 naidorozhchych brendiv Ukrainy [TOP-100 most expensive brands of Ukraine]. Available at: <https://np.pl.ua/2021/08/top-100-naydorozhchych-brendiv-ukrainy/> (accessed 01 February 2022).
7. Chernyshova L.O. (2018). Brendynh u systemi upravlinnia konkurentosprozhnisti mizhnarodnoi kompanii. [Branding in the international competitiveness management system]. *Global and national economic problems*, vol. 23, pp. 51-55.
8. What are the most valuable global brands in 2021? Available at: <https://www.kantar.com/inspiration/brands/what-are-the-most-valuable-global-brands-in-2021> (accessed 01 February 2022).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 366.77:347. 27

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-2>**Боднарук І. Л.**

кандидат економічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-1608-9786>

Перович Л. Л.

кандидат технічних наук, доцент,
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-5569-8897>

Bodnaruk Iryna, Perovych Lesia

Ivano-Frankivsk National Technical University of Oil and Gas

ТИПОВИЙ ПОРТРЕТ ПОКУПЦЯ ЖИТЛА НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ

Ринок нерухомості в Україні демонструє позитивну динаміку, і це не зважаючи на світову пандемію, а прагнення до придбання власного житла – тільки зростає. Це і спричинило нову хвилю попиту, яку девелопери швидко підхопили, намагаючись підлаштуватися під потреби потенційних покупців. Так як купівля нерухомості це складний процес в плані задоволення персональних пріоритетів та можливостей, все це внесло певні зміни в портрет клієнта. Виділені основні спонукальні чинники, якими керуються покупці при виборі нерухомості, виступають не лише інструментом узгодження інтересів усіх суб'єктів, але і виконують роль регулювального механізму. Типові портрети покупця житла, які склались на основі аналізу потенційних споживачів, дозволяють сформуванню актуального попиту на відповідну нерухомість, а також визначити подальші тенденції розвитку, де важливою умовою буде – задоволення основних потреб клієнтів та їх очікування.

Ключові слова: мотиви, поведінка, портрет покупця, ринок житла, тенденції.

TYPICAL PORTRAIT OF HOMEOWNER IN REAL ESTATE MARKET

The article is devoted to the study of basic motives, needs and requirements that consumers are guided when choosing real estate. Although the World Pandemic does not end, the real estate market demonstrates positive dynamics. This manifests itself not only in sales growth, but also in the formation of market demand, where the main influence has the decision of buyers. The need for a temporary or permanent accommodation is an important condition for ensuring the appropriate level of human life. Housing in present conditions has become the best investment, and apparently, the only reliable possibility for preserving funds. Therefore, for the effective development of the real estate market, it is necessary to take into account not only the state, situation or trends, but also the main changes and expectations of potential housing buyers, which made it possible to build their own behavior. This made it possible to formulate and summarize portrait of potential housing buyers. Since the real estate market has a large number of objects that are presented to many classes and segments, but this does not mean that all consumers will satisfy existing offers. It is also important to distinguish basic motivational factors that affect the choice of housing. This will provide demand in the real estate market by focusing on the expectation and need of buyers. After all, they are not only an instrument for harmonizing the interests of all actors in this market, but also acts as a regulatory mechanism. An analysis of basic changes in behavior in the portrait of potential clients in buying real estate has been able to establish that the Ukrainian buyer of housing has become more cautious and demanding. Therefore, this study enables the main subjects of this market – developers, developers, capture as the largest share of the target audience as buyers and provide high interest sales through the construction of such housing, which will be in demand. And for the effective development of the real estate market it is important to constantly update basic information on changing goals, motives and interests of consumers. So, a portrait of a potential buyer whose main purpose is to acquire housing in property, allows you to balance demand and proposal and simulate a further scenario and trends in the development of the real estate market.

Key words: motifs, behavior, portrait of buyer, housing market, trends.

JEL classification: R21, R 30, R 31

Постановка проблеми. За останній час ринок нерухомості дуже змінився, і зважаючи на останні світові події, це відбулось за рахунок всесвітньої пандемії. Не винятком став також основний суб'єкт цього ринку – покупець житла, що вніс певні корективи до власних потреб та очікувань. Так як потреби є визначальним

чинником та головним ринковим орієнтиром на ринку житла, що формує поведінку основних суб'єктів, а задоволення цих потреб є спонукальним мотивом, це і є основою для розвинутого ринку нерухомості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження теоретичних положень, стану та використання

інструментів маркетингу на ринку нерухомості привертає увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців, серед яких: П. В. Гудзь, А. Іванченко, Н. Кабаченко, В. Кравченко, Б. Заблоцький, С. Корнійчук, С. Нельсон, Г. Варнабі, К. Гіблер, Г. Морвен. Зокрема, Ассаул [1] піднімає питання щодо сегментації ринку в залежності від особливостей та потреб потенційних покупців. Дж. Рабіанскі [2] вказує на доцільність дослідження не тільки особистісних якостей наявних покупців, але і їх поведінку та процес прийняття рішення.

Проте незважаючи на суттєві досягнення в даному напрямі, дослідженням головних очікувань покупців на основі спонукальних чинників, які найбільше впливають на вибір житла та забезпечують попит на ринку нерухомості, на даний час питання поведінки споживачів залишаються невирішеними. А зміна цілей, мотивів та їх інтересів, які складають основу аналізу сучасного портрета покупця, що дозволяє змодельовати подальший сценарій та визначити основні тенденції розвитку ринку нерухомості, здійснюється часто безсистемно, а інколи і взагалі неефективно.

Мета статті полягає у складанні типового портрету потенційного покупця житла на ринку нерухомості. Адже визначення реального клієнта з його потребами на основі статистичних даних є досить непростим завданням, а ще складніше – передбачити його подальшу поведінку. Проте, свої погляди було викладено в цій статті. Орієнтуючись на очікування та потреби в проживанні, збереженні чи примноженні коштів дало змогу виділити основні вимоги покупців щодо майбутнього житла, а також змодельовати подальший сценарій та тенденції розвитку ринку нерухомості.

Виклад основного матеріалу. Як вже зазначалось, в досить складний час пандемії у якому опинилася не тільки Україна, а й весь світ, ринок нерухомості на сьогоднішній день залишився майже безальтернативним для вкладання інвестицій, хоча і в головних очікуваннях покупців житла все ж таки відбулись певні зміни, що дали змогу їм вибудувати свою власну поведінку. Так як житло – найкраща інвестиція, і мабуть, єдина надійна можливість для збереження коштів, це відбувається завдяки таким умовам:

- останнім часом об'єкти нерухомого майна почали зростати в ціні;

- вкладаючи кошти на початкових етапах будівництва в нерухомість, можна після здачі її в експлуатацію продати значно дорожче, ніж на початку купівлі, адже вартість житла змінюється з кожною стадією його зведення;

- гроші вкладені у нерухомість, мають більшу ймовірність бути захищеними від девальвації чи інфляції (за офіційними даними гривнева інфляція буде на рівні 8-9%, проте реально вона може бути ще вищою) [3];

- об'єкти нерухомого майна вважаються найкращою інвестицією, і мабуть єдиною на даний час. Альтернативою могли б стати банки або цінні папери, але через низьку недовіру до хиткої банківської системи і роботу фондового ринку, на жаль робити це не можливо;

- житло також можна здавати, отримуючи щомісячний стабільний дохід, який до речі є набагато більший ніж виплати у банках по депозитах;

- під нерухомість можна оформити кредит чи інші боргові зобов'язання.

На основі вище викладеного, можна виділити, що об'єкти нерухомого майна на сьогоднішній час перетворилися на своєрідну валюту, у неї вкладають з метою збереження чи примноження коштів, а коли потрібно продають чи обмінюють. Тому для ефективного розвитку ринку нерухомості важливо постійно актуалізувати основну інформацію про зміну цілей, мотивів та інтересів споживачів, адже це дослідження дасть змогу основним суб'єктам цього ринку – забудовникам, девелоперам, захопити як найбільшу частку цільової аудиторії в якості покупців та забезпечити собі високі відсотки продажів за рахунок будівництва такого житла, яке і буде користуватись попитом. Отож, портрет потенційного покупця, основною метою якого є набуття житла у власність, дає змогу врівноважити попит і пропозицію та змодельовати подальший сценарій розвитку ринку нерухомості.

Потреба в тимчасовому чи постійному помешканні є важливою умовою для забезпечення відповідного рівня життєдіяльності людини, проте наявність великої кількості об'єктів нерухомого майна, яке представлено багатьма класами та сегментами: від смарт-квартир до пентхаусів і котеджів, унеможливує задовольнити попит усіх споживачів і визначити цільову аудиторію [4]. Тому виділення основних спонукальних чинників, якими керуються споживачі при виборі житла дозволяють узагальнити портрет потенційних покупців об'єктів нерухомості і структурувати їх:

- **психологічні чинники:** мотиви, стимули, інтереси. Мотиви, якими керуються покупці, постійно змінюються в часі, і визначають основні критерії вибору об'єкта нерухомості. Адже в залежності від цілей, інтересів, які трансформуються під впливом зміни потреб, людина вмотивована обрати саме той об'єкт житла, який їй необхідний;

- **поведінкові чинники:** споживчі мотиваційні потреби покупців визначають шлях чи спосіб досягнення процесу набуття житла у власність, а пріоритети та основні фактори – остаточно впливають на прийняття ними рішення;

- **демографічні чинники:** вік, етапи життєвого циклу, сімейний статус, стать (за необхідності). Вік людини впливає на його споживачську поведінку, адже у кожній віковій категорії властиві певні стандарти споживання. Так, на конкретних етапах життєвого циклу громадянин чи сім'я має властиві певні загальні потреби: наприклад, новостворені сім'ї націлені на придбання власного помешкання; з появою дітей виникає потреба в збільшенні площі житла, молоді незалежні люди потребують сучасну, функціональну нерухомість;

- **соціально-економічні чинники:** рід занять, середній дохід, рівень та спосіб життя (він визначається рівнем доходу), цінні очікування. Це є достатньо впливовими чинниками, що мають чіткий вплив на розвиток сегментів нерухомості: чим вищий дохід тим вищі вимоги і відповідно клас житла;

- **економічні чинники:** вартість житла та умови фінансування угод, стан ринку житла та будівельної галузі, іпотечно-інвестиційний стан ринку нерухомості, прогнозована дохідність, інфляція. На покупку житла впливають не тільки потреби, бажання, а й її ринкова ціна та реальна платоспроможність покупців;

– **територіальні чинники:** місце розташування об'єкта нерухомості, інфраструктурне забезпечення території, екологічна ситуація;

– **якісні характеристики житла:** будівельні та оздоблювальні матеріали, експлуатаційні характеристики, архітектурно-планувальні особливості нерухомості, енергоефективність будівлі.

– **нормативно-правові чинники:** державна політика на ринку житла, житлові програми, процеси оподаткування, кредитування та страхування на ринку житла.

Зважаючи на таку велику кількість чинників, які мають безпосередній вплив на прийняття рішення при покупці житла, можна підтвердити, що не існує одного єдиного споживача, адже у кожного є своя цінність, за яку він готовий заплатити відповідну ціну. Тому, можна виділити декілька основних особливостей, які матимуть вплив на поведінкові мотиви в процесі здійснення покупки: наприклад для покупця-інвестора є менш важливими локація, престиж, нюанси в плануванні, але над важливо – ціна і майбутня вигода після продажу. Той хто купує житло для власного проживання важливими є вартість, раціональне планування і розвинена інфраструктура, а от для покупця, що буде здавати в оренду – локація є важливою, а ціна і планування не грають особливої ролі. Отож, на основі детального аналізу потреб основних споживачів та їх мотивів, можна визначити основні типи покупців та найбільш затребувані об'єкти нерухомості. І саме це буде мати значний вплив на врегулювання попиту та пропозиції на ринку нерухомості і встановлення подальших тенденцій.

Для цього було проаналізовано різні способи отримання інформації: інтернет (спеціалізовані сайти з продажу нерухомості olx, DomRia), статистична інформація про укладання угод купівлі-продажу в девелоперських та будівельних компаніях, соціологічні опитування, тощо. Отож, було встановлено, що все ж таки більшість покупців, а це приблизно 60 % традиційно ті, хто шукають і купують житло для себе та своєї родини, а понад 35% – це інвестори, які вкладають у нерухомість з метою збереження своїх заощаджень та їх примноження. Тому, можна виділити такі типи покупців, які сформувались згідно основних інтересів, мотивів в процесі здійснення покупки житла:

- перші, які хочуть придбати житло для проживання чи покращення житлових умов, тому що не хочуть жити на орендованій квартирі або зі своїми родичами. Це трохи суперечить ідеології життя європейців, адже там більшість людей надають перевагу якраз орендованому житлу і не прив'язуються до одного місця проживання. А у нас все навпаки, для українців одне з першочергових завдань та цілей самоствердження – мати у власності власне житло. Зазвичай для цього типу покупця це є їх перша нерухомість, тому найбільшим попитом користуються сегменти смарт-житло, економ чи комфорт класу;

- другі, так звані інвестори, що купують житло для подальшої оренди чи перепродажу, а також ті, які мають на меті зберегти або примножити власні кошти. Такі покупці розуміють, що цей актив не тільки може приносити додатковий дохід, але ще і є власністю інвестора. Зважаючи на невизначеності на фінансових ринках і зниження доходності за депозитами, відсутності розвиненого фондового ринку та

ринку дорогоцінних металів, призвело до того що для більшості українців – найбільш зрозумілий інструмент інвестування є нерухомість, яка не тільки може принести дохід відразу після закінчення будівництва, але і є надійним гарантом збереження власних коштів. Отож, такі інвестори купують квартири зазвичай на початковій стадії будівництва, коли ціни за квадратний метр мінімальні, тому для них важливим є репутація забудовника і його надійність, а також ліквідність квадратних метрів;

- і ще одна категорія покупців, яка актуальна для українського ринку нерухомості, а для розвинутих країн є не притаманною, це – батьки, які намагаються вирішити житлові питання своїх дітей. Згідно наших звичаїв, у нас закладено, що великою цінністю є наявність власного житла. Саме ці покупці купують житло в абсолютно нових сучасних кварталах із розвинутою слабкою інфраструктурою, адже їхні діти будуть жити там за кілька років. На той час житловий комплекс буде обжитий, а інфраструктура і транспортне сполучення покращаться.

Отож, можна підвести підсумки, які мотиви спонукають до покупки житла. Клієнти, які купують нерухомість з метою інвестування, то основною потребою є збереження своїх заощаджень чи збільшення вкладених коштів, а проблеми які їх хвилюють в першу чергу це ліквідність нерухомості. Щодо тих хто купує житло для власного проживання, а не для подальшого перепродажу чи здачі в оренду, то основна проблема – це вибір власної квартири, адже помилка може бути дуже болісною, тому що для більшості громадян це ймовірно одноразова покупка на все життя. Тому український покупець є досить обережний при купівлі житла, зважений та обдуманий.

Щодо зміни в поведінці споживача, то вони призвели до появи таких груп покупців: ті, кому важливіше дешевизна пропозиції і ті, хто більше уваги приділяє якості нерухомості. Перші купують житло класу «економ», а другі – «комфорт». Клієнти економ-класу зазвичай поспішають придбати нову квартиру, продавши стару. А от для покупців класу «комфорт» такі угоди нетипові, вони не прив'язуються до термінів і готові чекати заради конкретного вподобаного житла. Маючи в своєму розпорядженні одну і ту саму суму грошей, клієнт економ-сегменту вибере житло орієнтуючись в першу чергу на ціну, і як правило, не має значення місце розташування, тому більшість квартир купують в приміських чи спальних районах, тільки б мати свою. А для покупців житла класу «комфорт» важливим є не тільки якість будівництва та матеріалів, а і планування квартири, хороша транспортна розв'язка, добротна інфраструктура.

Проте необхідно зауважити, що після карантину відсоток саме таких покупців швидкими темпами зростає, а відповідно ці вимоги до забудовників будуть пріоритетними. Адже більшість потенційних покупців – це молоді люди, які працюють чи подорожують за кордон, тому вони бачать як будують та живуть іноземці, і прагнуть оселитись у повноцінному житловому просторі з відповідним комфортом, з можливістю забезпечення всього необхідного для їх життєдіяльності, де цікаво проводити час, працювати, навчатися та спілкуватися, просто поруч з власним будинком чи у своєму дворі.

За останні роки в портретах споживачів бізнес- і преміум-секторів не відбулись певних змін, де основні потенційні покупці з вище середнього достатку. Для них завжди були найважливішими високі вимоги до житла та прибудинкової території: цікаві і якісні рішення в інженерії, інфраструктурне наповнення, закрита сучасна та оригінальна територія з спортивними та дитячими майданчиками, наявність різних сервісних служб, ділового, торговельного та офісних центру, спеціальних територій для паркінгу, ландшафтний дизайн. Крім того не тільки якість будівельних та оздоблювальних матеріалів повинна відповідати найвищому рівні, але і соціальне середовище, в якому буде жити майбутній покупець [5].

Отож, покупці стали більш вибагливішими, пріоритети та вимоги до житла постійно змінюються, і пропонують все нові формати та стандарти будівництва, що заставило будівельні, девелоперські компанії зваженіше досліджувати майбутнє навколишнє середовище, інфраструктуру, детальніше вибирати земельної ділянки під забудову, вивчати соціально-демографічну ситуацію. І вже на основі аналітичних даних можна скласти формат майбутнього житлового комплексу та сформував портрет потенційного покупця. Підсумовуючи, можна виділити одну спільну особливість для всіх споживачів, де пріоритетним вибором щодо майбутнього житлового проекту буде комплексна і багатофункціональна забудова, що на сьогоднішній час набуває все більшої популярності в Україні.

Житло купують різні люди з абсолютно різними цілями, але сміливо можна стверджувати, що в останні роки потенційні покупці нерухомості помітно помолодшали (якщо раніше це був вік 30+, то сьогодні 25+), а от цільова аудиторія збільшилась. Якщо ще недавно на ринку житла були два основних сегменти клієнтів: представники середнього класу та заробітчани,- то зараз це й представники бюджетного сектору, малого бізнесу, менеджери, і найбільш активні це люди, які працюють в ІТ сфері. Отож: найбільшу частку покупців займають молоді сім'ї 25- 35 років становлять, слідом йде категорія населення, що поліпшує житлові умови, у віковій групі 26-55 років, і потім вже інвестори у віці 30-55 років. Ще одна особливість, яка була встановлена при укладанні договорів на купівлю житла, це те що купують чоловіки, а вибір робить жінка. Щодо фінансування чи інвестування угоди покупки нерухомості, то карантин вніс суттєві зміни: значну частину, близько 80% покупців оформляють угоди з розтермінуванням, проте на сьогоднішній час також зростає частка таких клієнтів, які здійснюють одразу 100% оплату і таким чином закривають всі питання.

Можна підсумувати, що український покупець став більш обережним при купівлі житла, адже в населення платоспроможність не зростає і передумов для цього немає. Враховуючи зміни в поведінці та вимоги при

купівлі житла, дали змогу виділити основні тенденції розвитку ринку житла:

Тенденція №1 – місце розташування, стало одне із ключових чинників при виборі житла, проте більшість покупців звертають увагу на навколишнє середовище, на його екологічність та рекреаційність;

Тенденція №2 – благоустрій прибудинкової території, рівень розвитку прилеглої інфраструктури та багатофункціональність житлових комплексів, які передбачають умови не тільки для проживання, але й для відпочинку, роботи, активного дозвілля та розваг. А ще карантинні обмеження підвищили важливість інфраструктури в пішій доступності прогулянкових і паркових зон, тому на ринку почали з'являтися житлові проекти з концепцією live-work-play (жити-працювати-відпочивати), де поряд з ними або безпосередньо в них проєктуються торговельні, офісні площі, дитячі і спортивні майданчики і т.д. Отож, інвесторів цікавлять не тільки квадратні метри, а повноцінний простір для життя. Наразі створення інфраструктури в житловому комплексі, яка відповідатиме сучасним стандартам – обов'язкова вимога ринку і для потенційного покупця це основна конкурентна перевага під час купівлі квартири.

Тенденція №3 – підвищений інтерес до смарт-технологій та сучасних рішень при плануванні житла. Тому на сьогодні для багатьох забудовників останні технології вже стали невід'ємною частиною при будівництві майбутніх житлових комплексів, де в першу чергу продають стиль життя, а не квадратні метри. Все це створить конкурентне середовище, де всі сучасні технології будуть запроєктовані у всіх цінових категоріях житла, від бізнес і преміум до економ-класу.

Тенденція №4 – за останні карантинні роки більшість покупців перестали купувати житло в об'єктах на початкових етапах будівництва, адже може виникнути ситуація, коли на деякий час може зупинитись фінансування, що призведе до збільшення періоду ліквідності нерухомості. Тому покупці стали більш обережні і відповідальні, а житло у зданих об'єктах або з максимальною готовністю має більший попит серед клієнтів.

Тенденція №5 – змінюється культура споживання, де при виборі житла кожен покупець звертає увагу на відкритість та законність дозвільних документів будівельної компанії: досвідченість, репутацію, чи вчасно здані уже готові об'єкти і відповідають задекларованим умовам.

Висновки. Сьогодні український потенційний покупець житла став більш обережний та вимогливий. Він не готовий купувати просто квадратні метри, а хоче придбати комфортне середовище, спільноту однодумців, тощо. Отож девелопери почали більш зважено досліджувати портрет потенційного клієнта та орієнтуючись на основні їх вимоги формувати майбутній житловий комплекс.

Список використаних джерел:

1. Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І. та інші. *Економіка нерухомості: навчальний посібник*. Київ: ІВЦ Держкомстату України, 2004. 246 с.
2. Терон Р. Нельсон, Джозеф Рабіанскі. Споживчі переваги в аналізі ринку житла: застосування методів багатовимірного масштабування. *Економіка нерухомості. Американська асоціація нерухомості та економіки міст*. 1988. Вип. 16. Ч. 2. С. 138-159.
3. Актуальні рейтинги банківських послуг, архів і динаміка середніх ставок. На Bankchart.com.ua: веб-сайт. URL: https://bankchart.com.ua/depoziti/statti2_5_richnih_maksimalna_stavka_za_biznes_depozitami_v_evro_terminom_na_1_rik_na_26_01_2022 (дата звернення: 26.01.2022).

4. Ковтун М. В. Застосування інструменту «портрет покупця» з метою сегментації ринку житла. *Науковий вісник ЧДІЕУ*. 2012. № 1 (13). С. 135-139.

5. Омельчук В. О. Зміна показників доступності житла для громадян України в 2018–2019 рр. *Економіка та держава*. 2019. №12. С. 8-12. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.8>

References:

1. Asaul A. M., Pavlov V. I., Pylypenko I. I. ta in. (2004). *Ekonomika nerukhomosti*. [Real Estate Economics]. Kyiv: *IVTs Derzhkomstatu Ukrainy*. P. 246.

2. Theron R. Nelson & Joseph Rabianski, (1988). Spozhyvchi perevahy v analizi rynku zhytla: zastosuvannya metodiv bahatovymirnoho masshtabuvannya. [Consumer Preferences in Housing Market Analysis: An Application of Multidimensional Scaling Techniques]. *Ekonomika nerukhomosti. Real Estate Economics, American Real Estate and Urban Economics Association*. vol. 16 (2), pp. 138-159.

3. Aktualni reitynhy bankivskykh posluh, arkhiv i dynamika serednikh stavok. Na Bankchart.com.ua: [Current ratings of banking services, archive and dynamics of average rates. Website. Available at: https://bankchart.com.ua/depoziti/statti2_5_richnih_maksimalna_stavka_za_biznes_depozitami_v_evro_terminom_na_1_rik_na_26_01_2022 (accessed 26.01.2022).

4. Kovtun M. V. (2012). Zastosuvannya instrumentu «portret pokuptsia» z metoiu sehmentatsii rynku zhytla. [The use of the "buyer's portrait" tool to segment the housing market]. *Naukovyi visnyk ChDIEU*. № 1 (13), pp. 135-139.

5. Omelchuk V. O. (2019). Zmina pokaznykiv dostupnosti zhytla dlia hromadian Ukrainy v 2018–2019 rr. [Change of indicators of housing affordability for citizens of Ukraine in 2018–2019 years]. *Ekonomika ta derzhava*. № 12. pp. 8-12. <https://doi.org/10.32702/2306-6806.2019.12.8>

УДК 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-3>**Смерічевський С. Ф.**доктор економічних наук, професор,
декан факультету економіки та бізнес-адміністрування,
Національний авіаційний університет**Михальченко О. А.**кандидат економічних наук, доцент, здобувач,
Національний авіаційний університет**Smerichevskiy Serhii, Mykhalchenko Oleksii**
National Aviation University

ТРАНСФОРМАЦІЯ ЕКОНОМІКИ КОСМОСУ: РЕГУЛЮВАННЯ, ФУНКЦІЇ, ОБ'ЄКТИ, ПРІОРИТЕТИ

У статті надано авторську дефініцію економіки космосу як підсистеми авіаційно-космічного комплексу, перетину суспільних відносин національної економіки та національної безпеки. Визначено зовнішні і внутрішні аспекти економіки космосу, результати її функціонування. Досліджено зарубіжний досвід функціонування космічної галузі провідних країн світу з позицій потенціалу розвитку цивільної та воєнної економіки. Ідентифіковано суб'єкти економіки космосу, аргументовано перспективи її розвитку в умовах євроінтеграції України. Доведено значний вплив на розвиток економіки космосу космічної антропоєкології. Узагальнено підходи до проєктування ракетно-космічної техніки відповідно до європейських стандартів, визначено його відмінні особливості. Систематизовано провідний досвід використання космічної галузі у військовій економіці. Виявлено основні проблеми економіки космосу в Україні та запропоновано перспективи їх вирішення.

Ключові слова: трансформація, економіка космосу, цивільна, військова, регулювання, функції, об'єкти, пріоритети.

TRANSFORMATION OF THE SPACE ECONOMY: REGULATIONS, FUNCTIONS, OBJECTS, PRIORITIES

The article provides the author's definition of space economy as a subsystem of the aerospace complex, the intersection of social relations of the national economy and national security, related to the creation and use of resources needed to study, understand and use space to achieve civilization. The external aspects of the space economy related to the realization of geopolitical interests and the internal ones that allow to realize social, commercial, intelligence, defense, security goals are identified. It is shown that the result of the space economy is the creation of a diversified product, represented by spacecraft and equipment, services, implementation of program strategies for research, civilian, defense and military purposes; as well as the formation of aerospace infrastructure. The foreign experience of the space industry of the leading countries of the world from the standpoint of the potential of civil and military economy is studied. intelligence, etc. It is established that the subjects of the space economy are: international organizations, the state, multinational corporations, business structures, individuals. Prospects for the development of the space economy in the context of Ukraine's European integration are argued. Significant influence on the development of the space economy of space anthropoecology, the subject of which is the relationship of man with the outside world. It is shown that the result of this interaction is the implementation of measures that stimulate the development of the national economy in the field of environmental research, space science and space geology. The approaches to the design of rocket and space technology in accordance with European standards are generalized, its distinctive features are determined. The leading experience of using the space industry in the military economy in terms of the use of space information networks and logistical support of defense and military operations with high-tech weapons is systematized. The main problems of space economy in Ukraine are revealed and prospects of their solution on the basis of further development of space industry, anthropoecology, creation and use of pseudo-space systems, species space reconnaissance, air-space base means, etc. are offered.

Keywords: transformation, space economy, civilian, military, regulation, functions, objects, priorities.

JEL classification: A10, G18

Постановка проблеми. Засади використання космосу носять конституційний характер, стаття 92 Основного Закону України [1] регламентує, що освоєння космічного простору визначається виключно законами України. Як член ООН Україна дотримується умов Договору про принципи діяльності держав по дослідженню і використанню космічного простору, включаючи Місяць та інші небесні тіла [2], відповідно до якого космічний простір не підлягає національному присвоєнню ані шляхом проголошення на них суверенітету, ані шляхом використання або окупації, ані будь-якими іншими засобами.

Важливість сукупності економічних інтересів, які реалізуються в процесі здійснення космічної діяльності та виконання окремих космічних програм; можливість отримання значних прибутків і переваг, яка одночасно супроводжується значними зовнішніми та внутрішніми загрозами, привела до виникнення поняття «економіка космосу», що поширюється на створення та реорганізацію організаційних структур управління в космічній галузі, її наукове, матеріально-технічне, кадрове забезпечення тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоаспектність питань використання космічного про-

стору привертає увагу багатьох учених. Проблеми «мирного» комплексу у рамках організаційно-економічного механізму управління конкурентоспроможністю підприємств космічної галузі, їх інноваційно-інвестиційної діяльності, проектними параметрами ракетно-космічної техніки в умовах сталої космічної діяльності досліджуються такими вченими, як Гільорме Т. В. [6], Джур О. Є. [3], Токар В. В. [4]. На неможливості окремого розгляду економічних і екологічних питань освоєння космосу наголошують Бойчук Я. Д., Гереджук І. І., Шапоренко О. І. [5]. Значна кількість публікацій присвячена вирішенню питань оборонного використання космосу та його «військової» економіки. Вони стосуються космічних інформаційних мереж [8], управління міжвидовими угрупованнями військ [9], використання космічних систем дистанційного зондування Землі [10], артилерійських ракетно-космічних комплексів суборбітального моніторингу [11], перспектив видової космічної розвідки та засобів повітряно-космічного базування [12; 13]. Високо оцінюючи науковий доробок зазначених авторів, слід визнати, що потребують подальших досліджень трансформації економіки космосу задля виявлення чинників-стимуляторів, які потребують підсилення, і чинників-дестимуляторів, які потрібно нейтралізувати.

Метою дослідження є узагальнення трансформацій регулювання, функцій, об'єктів, пріоритетів розвитку економіки космосу та їх впливу на національне господарство і безпеку із виділенням сильних, слабких сторін, загроз і можливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економіка космосу – це підсистема авіаційно-космічного комплексу (АКК), національної економіки та національної безпеки, сукупність суспільних відносин, пов'язана зі створенням і використанням ресурсів, необхідних для вивчення, розуміння і використання космосу для досягнення цивілізаційних цілей. Економіка космосу дозволяє реалізувати цивільні, розвідувальні, комерційні цілі, підтримати стратегії національної безпеки та оборони, тому є сферою реалізації національних інтересів держави, а також геополітичних інтересів, які реалізуються в космосі. Результатом функціонування економіки космосу є: створення наукоємної, технологічної і конкурентоспроможної готової продукції наукового, соціально-економічного та військового призначень (у т.ч. ракети-носії, супутники); надання послуг (проведення розвідки, космічної зйомки, дистанційне зондування, обробка зображень Землі); реалізація програмних стратегій (пілотовані польоти, військово-оборонні потреби); формування аерокосмічної інфраструктури.

Космічна галузь у розвинутих країнах світу має значний потенціал для цивільної та воєнної економіки, що наочно демонструє США в особі Національного управління з аеронавтики та дослідження космічного простору – NASA (англ. *National Aeronautics and Space Administration*). До найбільш важливих проектів слід віднести: використання штучних супутників Землі, створення та функціонування космічної транспортної системи (англ. *Space Transportation System*) та Міжнародної космічної станції, розвиток приватних пілотованих космічних кораблів, проведення наукових досліджень та військової розвідки тощо.

Рейтинг відносної конкурентоспроможності виробників космічної продукції та послуг очолюють США та Європа, а Україна разом із іншими країнами посідає у ньому четвертий щабель [3, с. 84]. В економіці Європейського Союзу сформувалися потужні транснаціональні корпорації аерокосмічно-оборонного сектору, які інтенсивно фінансують наукові дослідження та інноваційно-інвестиційну діяльність [4, с. 45]. На території країн східної Європи також розміщуються дочірні підприємства транснаціональних корпорацій оборонно-промислового комплексу Японії, Китаю, Сінгапуру, Тайваню, представлені інжиніринговими фірмами зі створення авіаційно-космічних технологій, гнучких виробничих систем, робототехнічних комплексів, сучасних інформаційних технологій, сервісними центрами тощо. В умовах євроінтеграції України розширюються можливості її співпраці з США, з провідними космічними державами Євросоюзу, з Європейським космічним агентством, виконання замовлень для країн Азії, Близького Сходу та Африки за умови пошуку відповідної організаційно-правової форми підприємств АКК, привабливої для залучення стратегічного інвестора, дієвого державного регулювання та державно-приватної підтримки підприємств галузі.

Міжнародні договори, які стосуються дослідження і використання космічного простору, вимагають дотримання певних екологічних вимог. Науковий напрям, пов'язаний з проведенням аерокосмічних розвідок природних ресурсів в інтересах теперішнього і майбутнього поколінь людства, називається космічною антропоекологією [5, с. 140]. Її основними напрямками досліджень є: біосфера, ближній і далекий космос, здоров'я людини, людська популяція у земному і неземному середовищі космічного простору, а результати носять інформаційний, біологічний, техногенний, соціальний, економічний характер. Досягнення космічної антропоекології у зазначених аспектах діяльності людства представлені у табл. 1. З позицій системного підходу роль космічних природоохоронних досліджень зростає з огляду на нові перспективи використання космічних апаратів, збільшення інформації про Землю та її навколишній космічний простір, яку людство може використовувати в економічних і оборонних цілях.

Складовими космічної антропоекології становиться космічне природознавство, космічне землезнавство, а також відповідальне ставлення до космосу усіх агентів космічної діяльності [6, с. 85]. У контексті останньої позиції слід зазначити, що збільшення державних і приватних операторів, які експлуатують космічні системи, призвело до виникнення проблеми орбітального сміття, яке забруднює навколоземний космічний простір. Похідними від цієї проблеми є: радіоперешкоди, ризики зіткнення космічних апаратів (визначаються їх фізичними габаритами, просторовою щільністю, висотою і конфігурацією орбіти, тривалістю перебування на ній); ризики механічного забруднення, хімічного і радіаційного зараження територій залишками космічного сміття; терморизики і екзозагрози, пов'язані з фізичними властивостями зовнішньої оболонки земної атмосфери тощо. Забезпечення конкурентоздатності космічної діяльності потребує утилізації космічного сміття як складової міжнародної безпеки, здійснення витрат на демонтаж конструкцій, врахування ризиків,

Таблиця 1

Досягнення космічної антропоєкології для стимулювання розвитку національної економіки

№ з/п	Напрямок космічної діяльності	Результати
1	Створення і використання ракетно-космічної техніки	Спеціалізовані апарати для пілотованих польотів, реєстрації спектральних діапазонів та інших фізичних параметрів, багаторівневого моніторингу навколишнього середовища і природоохоронних досліджень
2	Системи реєстрації	Впровадження діалогового режиму, високого рівня автоматизації управління, розробка нового класу систем з кібернетичними пристроями і здатністю до адаптації режиму зйомки до конкретних умов космічного польоту; зростання надійності і ємності баз даних
3	Системи передачі даних	Створення надійних багатоканальних засобів каналів зв'язку, підвищення їх пропускної спроможності, зменшення асиметрії інформації, формування єдиної інформаційної бази
4	Обробка даних природоохоронних досліджень	Використання автоматизованих систем шифрування і дешифрування об'єктів, створення підсупутникових полігонів, удосконалення програмно-технічних засобів автоматизації картографування об'єктів за космічною зйомкою
5	Накопичення і зберігання даних	Структуризація, ущільнення, усунення дублювання даних в інформаційних масивів і банків даних; раціоналізація шляхів доступу до них; забезпечення їх секретності, цілісності, захисту, створення блокчейн-систем та кібернетичної безпеки
6	Підготовка кадрів	створення тренажерів і наочних засобів навчання у сфері космічних природоохоронних досліджень
7	Правове регулювання	удосконалення правових актів, що регламентують міждержавний обмін інформацією у сфері космічних природоохоронних досліджень та відповідальність користувачів за дотримання правил користування даними.
8	Фінансування науково-дослідних розробок	Диверсифікація джерел фінансування і забезпечення їх окупності на основі моніторингу техніко-економічного ефекту від природоохоронних досліджень

Джерело: власна розробка

пов'язаних із можливими аваріями та забрудненням навколишнього середовища, відшкодування відповідних збитків тощо.

Пріоритетним розвитком космічної діяльності є створення нової ракетно-космічної техніки, яке має стати пріоритетним інноваційним проектом, що має подолати фактори нестійкості зовнішнього середовища: економічні (відповідати кон'юнктурі космічного ринку); політичні (можливість і доступність використання ракет); технічні (забезпечення надійності ракетно-космічної техніки); екологічні (використання екологічного палива для ракет).

Відповідно до європейських стандартів проектування ракетно-космічної основними етапами є: 1) «Визначення місії/ ідентифікація потреб»; 2) «Обґрунтування проекту»; 3) «Попереднє визначення проекту»; 4) «Детальне визначення проекту»; 5) «Експлуатація»; 6) «Утилізація». Ідентифікація потреб у ракетно-космічній техніці має проводитися на основі маркетингових досліджень із урахуванням тенденцій, трендів світового ринку авіаційно-космічної техніки, обладнання, озброєння на основі SWOT-аналізу та інших інструментів оцінки ринкової економіки. На етапах обґрунтування та попереднього визначення проекту здійснюються наукові дослідження та розробки; конструкторсько-технологічна підготовка виробництва. На етапі детального визначення проекту відбувається освоєння нової авіаційно-космічної техніки та її масове виробництво. На етапі експлуатації – транспортування до місць використання, експлуатація авіаційно-космічної техніки, обладнання та озброєння з метою вироблення космічної продукції на та надання космічних послуг. Заключним етапом є утилізація авіаційно-космічної техніки та покриття можливих збитків. Для удосконалення проектування нової авіаційно-космічної

техніки необхідно удосконалювати підходи до визначення її вартості на основі методів аналогів продаж та витратного методу. В частині останнього в управлінському обліку слід побудувати систему калькулювання витрат на основі «центрів відповідальності», бюджетування, комбінування; а при визначенні загальної результативності проекту слід враховувати усі складові ефективності (економічну, соціальну, екологічну, оборонну) тощо. Для підвищення ефективності розробки і використання сучасної авіаційно-космічної техніки і озброєнь необхідно використовувати новітні фізичні принципи і матеріали, робототехніку, технології *Blockchain* та високотехнологічні системи програмованого штучного інтелекту, які дозволять поєднати всі комунікації управління в єдине ціле і налаштувати їх під потреби користувачів, зокрема, відстежувати рух об'єктів космічної діяльності в Інтернеті. У виробничій сфері зазначені технології дозволятимуть ефективно управляти використанням ресурсів та інноваціями на різних ієрархічних рівнях. Сталий розвиток космічної діяльності потребує формування єдиної інформаційної бази, швидкого обміну релевантною і актуальною інформацією, узгодження інтересів економічних агентів, застосування таких технологій, які унеможливають надлишкове накопичення космічних об'єктів на орбіті.

Положення про управління ризиками, пов'язаними з наданням державних гарантій, та розподіл таких ризиків між державою, кредиторами і позичальниками, затверджене урядом України [7], передбачає такі принципи управління ризиками, як: економічності та ефективності (витрати на управління ризиками не повинні перевищувати можливих витрат державного бюджету на виконання гарантійних зобов'язань); історизму (забезпечення ефективності системи управління ризиками має здійснюватися шляхом використання

результатів порівняльно-історичного аналізу). Тому, виходячи з європейських стандартів оцінки проєктів створення нової авіаційно-космічної техніки, необхідно виходити із алокативної ефективності, враховувати не тільки економічний, але і інтернальний екологічний та соціальний ефекти, при розрахунку яких враховується вартість проєктів на ринку утилізації космічного сміття.

Космічні інформаційні мережі є важливою складовою інформаційного забезпечення провідних армій світу у формі постійно діючих систем космічної розвідки, навігації, зв'язку, ретрансляції тощо [8, с. 11]. Вони дозволяють отримати такі переваги: забезпечити оперативність, повноту та достовірність інформування Збройних сил у режимі *on-line*, у т.ч. у ході проведення військових операцій; скоротити час на оповіщення військ щодо тривоги та інших команд; надійно протидіяти засобам повітряного нападу противника; сприяти створенню систем протиповітряної оборони; діагностувати стан військових, військово-промислових та інженерних споруд; спостерігати за прикордонними територіями; контролювати переміщення військ супротивника тощо. Органи державного управління, силові структури та приватні безпекові організації мають можливість отримати якісну, точну, оперативну інформацію від супутників дистанційного зондування Землі, оптико-електронної та радіолокаційної розвідки тощо.

Сучасний світ має дуже потужний ринок космічної інформації, яка зчитується зі зйомок і знімків високої просторової й радіометричної якості із широким спектральним діапазоном – від ультрафіолетового до радіохвильового. Лідерами світового ринку космічної інформації є державні та комерційні компанії США, Франції, Канади, Ізраїлю, Японії. На жаль, українські владні та силові структури отримують інформацію від інших держав, тому для нашої країни нагальними є такі завдання: створення космічних інформаційних мереж, запуск власних супутників високого просторового розрізнення, формування сучасної інфраструктури для приймання та обробки відео- та фотоінформації.

Наприкінці XX – на початку XXI століття значно зросла роль повітряно-космічної сфери для оборони країн та вирішення збройних конфліктів [9, с. 104], а пріоритет використання наземної зброї зміщується на користь повітряно-космічних засобів. Ця тенденція пояснюється намаганням командування армій зберегти живу силу при веденні бойових дій за рахунок заміни людини високотехнологічними бойовими засобами. Високоточна неядерна зброя, безпілотні авіаційні комплекси є альтернативою багаточисельних армій і зброї великого калібру, а високорозвинена система розвідувального забезпечення є запорукою успішної оборони і наступальних операцій, які спрацьовують на випередження супротивника. Успіху добиваються армії, які мають структурні підрозділи високої мобільності, володіють далекобійними та всепогодними засобами керованого авіаційно-космічного ураження. Використання звичайних бомб та некерованих ракет – це інструмент ведення військових дій минулого. Повітряний та космічний простори тісно примкнені один до одного і не мають чітко виражених кордонів, утворюючи єдину повітряно-космічну сферу та повітряно-космічний компонент збройних сил.

Провідні країни світу в процесі будівництва своїх армій віддають пріоритет озброєнню повітряно-космічної сфери або військово-повітряних сил, створенню зброї космічного і повітряного базування, систем протиракетної оборони (національних та на театрі воєнних дій), сил дальнього вогневого ураження, високоточної зброї тощо. Удари нею з повітряно-космічної сфери роблять уразливими не тільки живу силу супротивника і угруповання військ, але й об'єкти військової, господарської, цивільної інфраструктури, що підриває економічний потенціал окремих суб'єктів господарювання, галузей, регіонів та країни в цілому. Знищення повітряними ударами військових об'єктів, матеріально-технічних баз і ланцюгів постачання Збройних сил негативно позначається на їх боєздатності. Панування у повітряно-космічній сфері є стратегічною перевагою армій світу, яка дозволяє супротивнику диктувати свою волю, та досягається об'єднаними зусиллями всіх видів збройних сил. У майбутньому можливості повітряно-космічних військових засобів зміцнить створення повітряно-космічних літаків, літаків-носіїв безпілотних літальних апаратів з міжконтинентальною дальністю польотів. Провідні армії світу володіють засобами повітряно-космічного нападу, мають можливість здійснювати розвідувально-ударні дії, володіючи високоточними крилатими ракетами, іншими ракетами наземного, повітряного і морського базування, високоефективними навігаційними системами, потужним інформаційним полем.

Повітряно-космічні операції об'єднують в єдине ціле такі сили і засоби: ударні (авіація, ракетні комплекси), оборонні (компоненти протиповітряної оборони повітряних сил, сухопутних сил, військово-морських сил), забезпечуючих (розвідка, оповіщення). Найбільшу ефективність у сфері вирішення завдань захисту військово-економічного потенціалу країни і цивільного населення від збройного впливу з повітря і космосу забезпечує поєднання оборонних і ударних сил. Повітряна операція може носити або наступальний, або оборонний характер, незважаючи на одночасну присутність спільних дій. Основною проблемою України є застарілість діючих систем автоматизованого управління силами авіації та протиповітряної оборони, що ускладнює єдине комплексне управління ними. Для дієвого використання повітряно-космічного комплексу у мирний та військовий час необхідно: чітко визначити ідеологію його побудови; створити гнучку сучасну систему автоматизованого управління, здатну до адаптації до змін тактичної обстановки, ведення контактних і неkontaktних військових дій, несення бойового чергування з протиповітряної оборони держави. Варіант такої схеми має регламентуватися відповідними законодавчими актами і нормативними документами.

Оцінюючи конкурентні позиції авіаційно-космічного комплексу України для економіки та оборони, слід зазначити, що найбільше поширення отримали космічні системи дистанційного зондування Землі, зокрема у сфері навігаційного, метеорологічного, топо-геодезичного забезпечення, системи оптико-електронного спостереження [10, с. 135]. На жаль, наша країна має обмежені можливості щодо: запуску космічних апаратів через відсутність власних космодромів, створення орбітальних космічних комплексів, а використання одиночних космічних апаратів не

дозволятиме оперативності та масштабно вирішувати поставлені завдання. Якісно нові, ефективні та прийнятні з економічної точки зору підходи, представлені використанням псевдокосмічних систем [11, с. 87]. Їх зміст полягає у запуску ракетно-артилерійськими системами капсул зі спеціальною апаратурою на дуже велику висоту (понад 100 кілометрів), здатних протягом певного часу після розкриття парашуту виконувати цільові завдання науково-дослідницького, економічного, оборонно-військового призначення. До завдань останньої групи відносять: підкріплення особового складу військових та силових структур засобами збройної боротьби; ведення розвідки про дислокацію супротивника, фотографування його позицій та окремих територій; навігаційне забезпечення бойового застосування військової техніки; геодезично-метеорологічна підтримка військово-бойових дій та оперативного управління законними збройними формуваннями; радіаційно-хімічний контроль повітряного простору тощо. Псевдокосмічні апарати представлені, поміж іншим, артилерійськими ракетно-космічними комплексами суборбітального моніторингу. Одночасний запуск декількох із них дозволить розширити зону дослідження поверхні Землі, космічно-повітряного комплексу і вирішувати складні задачі національної економіки та військово-оборонного комплексу.

Багато розвинутих країн світу мають потужні національні системи видової космічної розвідки, представлені космічними апаратами, бортовими видовими засобами, відповідною інфраструктурою космічної галузі. За їх допомогою проводиться видова розвідка територій, отримання зображень земної поверхні, дистанційне спостереження за численними наземними природними, промисловими, інфраструктурними, військовими об'єктами, скупченням живої сили і військової сили супротивника [12, с. 34].

Специфіка збройних конфліктів сучасності актуалізує питання забезпечення Збройних сил України оперативними і достовірними розвідувальними відомостями, точними координатами стаціонарних і рухомих цілей супротивника за умови мінімізації тривалості передачі інформації від розвідки до її споживачів. В умовах відсутності в Україні власних космічних систем та деяких технічних видів повітряної розвідки одним із варіантів вирішення проблеми є використання засобів повітряно-космічного базування як основи для оцінки військово-оборонного потенціалу противника, прогнозування характеру його військово-повітряних операцій та ефективного планування своєї відповіді [13, с. 52].

Засоби повітряно-космічного базування використовують геоінформаційні технології для добування інформації про противника із застосуванням принципів системного аналізу і синтезу на основі тематичної обробки даних з повітряно-космічних систем. Основне їх завдання – створення єдиного інформаційно-комунікаційного простору та надання мережевого доступу до даних розвідки усім підрозділам військових (силових) структур, задіяних у бойових операціях. У сучасних умовах Збройними Силами України необхідно використовувати всі можливості видових засобів розвідки (космічних апаратів, літаків-розвідників, безпілотних авіаційних комплексів), їх воєнного дешифрування, комплексування даних фотознімків, відеозйомок, дис-

танційного зондування Землі для отримання цифрової картографічної інформації; її накопичення і розповсюдження в електронному вигляді.

Висновки з проведеного дослідження.

1. Надано авторську дефініцію економіки космосу як підсистеми авіаційно-космічного комплексу, перетину суспільних відносин національної економіки та національної безпеки, пов'язаних зі створенням і використанням ресурсів, необхідних для вивчення, розуміння і використання космосу для досягнення цивілізаційних цілей. Зовнішні аспекти економіки космосу пов'язані з реалізацією геополітичних інтересів у космічному просторі, внутрішні – дозволяють реалізувати соціальні, комерційні, розвідувальні, оборонні, безпекові цілі. Результатом функціонування економіки космосу є створення диверсифікованого продукту, представленого космічними апаратами і обладнанням, наданням послуг, реалізацією програмних стратегій науково-дослідного, цивільного, оборонно-військового призначення; а також формуванням аерокосмічної інфраструктури.

2. Досліджено зарубіжний досвід функціонування космічної галузі провідних країн світу з позицій потенціалу розвитку цивільної та воєнної економіки, основними напрямками якої є: використання штучних супутників Землі, створення та функціонування космічної транспортної системи, міжнародних космічних станцій, розвиток приватних пілотованих космічних кораблів, проведення наукових досліджень, військової розвідки тощо.

3. Суб'єктами економіки космосу є міжнародні організації, держава, транснаціональні корпорації, підприємницькі структури, фізичні особи. В умовах євроінтеграції розширюються можливості України щодо розвитку економіки космосу за рахунок: співпраці з провідними космічними державами Євросоюзу, Європейським космічним агентством, відкриття своєї території для дочірніх компаній транснаціональних корпорацій авіаційно-космічного комплексу, виконання експортних замовлень для азіатсько-африканських країн, залучення стратегічного інвестора, використання механізмів державно-приватного партнерства.

4. Значний вплив на розвиток економіки космосу робить космічна антропоєкологія, предметом дослідження якої є взаємовідносини людини з навколишнім світом (біосферою, авіаційно-космічним простором, землею поверхнею тощо). Результатом зазначеної взаємодії становиться реалізація заходів, які стимулюють розвиток національної економіки: створення і використання ракетно-космічної техніки для проведення природоохоронних досліджень, системи реєстрації і передачі отриманих даних, обробка даних природоохоронних досліджень, їх накопичення, зберігання, використання у господарській практиці з метою підвищення алокативної ефективності, формування нових наукових напрямів: космічне природознавство та космічне землезнавство.

5. Узагальнено підходи до проектування ракетно-космічної техніки відповідно до європейських стандартів, відмінними особливостями якого є: проведення маркетингових досліджень і SWOT-аналізу для визначення місії та ідентифікації потреб у зазначеній техніці; оцінка інвестиційних ризиків та ризиків, пов'язаних із наданням державних гарантій, на етапах

обґрунтування та попереднього визначення проекту; їх розподіл між державою, кредиторами і позичальниками; комплексний підхід до оцінки ефективності на етапах детального визначення та експлуатації проекту на основі узагальнення часткових показників економічної, соціальної та екологічної ефективності; наявність обов'язкового етапу утилізації авіаційно-космічної техніки у рамках боротьби із забрудненням космічного простору та покриття можливих збитків.

6. Систематизовано провідний досвід використання космічної галузі у військовій економіці в частині: застосування космічних інформаційних мереж для розвідки, навігації, зв'язку, ретрансляції на основі дистанційного зондування Землі, оптико-електронних та радіолокаційних засобів, зйомок і знімків високої просторової й радіометричної якості; матеріально-технічного забезпечення оборони та військових дій високотехнологічними бойовими засобами, високоточним

неядерним озброєнням дальнього вогневого ураження, зброєю космічного і повітряного базування, системами протиракетної оборони тощо.

7. Основними проблемами економіки космосу в Україні є: відсутність власних космодромів і орбітальних космічних комплексів, застарілість діючих систем автоматизованого управління силами авіації та протиповітряної оборони, що ускладнює єдине комплексне управління ними. Перспективними напрямками розвитку космічної сфери для потреб національної економіки та оборони є: подальший розвиток космічної промисловості, антропоєкології, створення і використання псевдокосмічних систем, видової космічної розвідки, засобів повітряно-космічного базування тощо.

Перспективами подальших досліджень є розробка кластерних механізмів трансформації авіаційно-космічного комплексу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Конституція України: Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Договір про принципи діяльності держав по дослідженню і використанню космічного простору, включаючи Місяць та інші небесні тіла: Міжнародний документ ООН від 27.01.1967. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_480#Text
3. Джур О. Є. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємств космічної галузі. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2012. Вип. 32(1). С. 80–86.
4. Токар В. В. Інноваційно-інвестиційна діяльність ТНК аерокосмічно-оборонного сектору економіки Європейського Союзу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : Економічні науки*. 2014. Вип. 9(7). С. 43–47.
5. Бойчук Я. Д., Шапоренко О. І., Гереджук І. І. Еколого-економічні аспекти космічної антропоєкології. *Вчені записки університету «КРОК»*. Серія : Економіка. 2017. Вип. 48. С. 137–143.
6. Гільорме Т. В. Обґрунтування економічних проектних параметрів ракетно-космічної техніки в умовах сталої космічної діяльності. *Бізнес Інформ*. 2021. № 9. С. 80–88.
7. Про затвердження Положення про управління ризиками, пов'язаними з наданням державних гарантій, та розподіл таких ризиків між державою, кредиторами і позичальниками: Постанова Кабінету Міністрів України від 23.02.2011 № 131. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/131-2011-%D0%BF?find=1&text=%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82#w1_2
8. Коваль В. В., Ковальчук А. М., Нечасв С. В. Погляди щодо застосування космічних інформаційних мереж в системі всебічного забезпечення військ (сил). *Наука і техніка Повітряних Сил Збройних Сил України*. 2013. № 1. С. 10–12.
9. Романенко І. О., Гаценко С. С. Деякі шляхи щодо удосконалення структури управління міжвидовими угрупованнями військ (сил) під час дій в повітряно-космічній сфері. *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2013. № 2. С. 96–105.
10. Козелков С. В., Пашков Д. П. Перспективи використання космічних систем дистанційного зондування Землі для вирішення завдань військового призначення. *Системи озброєння і військова техніка*. 2008. № 4. С. 133–137.
11. Моргун О. А., Ставицький С. Д., Лаврінчук О. В., Пісцун О. М. Застосування артилерійських ракетно-космічних комплексів суборбітального моніторингу для забезпечення дій військ (сил). *Системи обробки інформації*. 2007. Вип. 4. С. 86–88.
12. Попов М. О., Топольницький М. В., Подліпас В. О. Видова космічна розвідка в локальних військових конфліктах. *Наука і оборона*. 2015. № 1. С. 25–35.
13. Каневський Л. Б., Повх М. С., Шумський С. М. Перспективи комбінованого використання видових засобів повітряно-космічного базування для підвищення інформативності розвідувального забезпечення військ (сил). *Сучасні інформаційні технології у сфері безпеки та оборони*. 2020. № 1. С. 49–54.

References:

1. The Verkhovna Rada of Ukraine (1996), The Law of Ukraine «Constitution of Ukraine», available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian]
2. United Nations (1967), UN International Document «Treaty on the Principles Governing the Activities of States in the Exploration and Use of Outer Space, including the Moon and Other Celestial Bodies», available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_480#Text [in Ukrainian]
3. Dzhur O. Ye. (2012), Orhanizatsiino-ekonomichniy mekhanizm upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriemstv kosmichnoi haluzi [Organizational and economic mechanism for managing the competitiveness of space industry enterprises]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnogo tekhnolohichnoho universytetu. Serii: Ekonomichni nauky*, 32(1), 80–86. [in Ukrainian]
4. Tokar V. V. (2014), Innovatsiino-investytsiina diialnist TNK aerokosmichno-oboronnoho sektoru ekonomiky Yevropeiskoho Soiuzu [Innovation and investment activities of TNCs in the aerospace defense sector of the European Union]. *Naukovyi visnyk Khersons'koho derzhavnogo universytetu. Serii : Ekonomichni nauky*, 9(7), 43–47. [in Ukrainian]
5. Boichuk Ya. D., Shaporenko O. I., Heredzhuk I. I. (2017), Ekoloho-ekonomichni aspekty kosmichnoi antropoekologii [Ecological and economic aspects of space anthropoecology]. *Vcheni zapysky universytetu «KROK»*. Serii : Ekonomika, 48, 137–143. [in Ukrainian]

6. Hilorme T. V. (2021), Obgruntuvannia ekonomichnykh proiektnykh parametriv raketno-kosmichnoi tekhniky v umovakh staloi kosmichnoi diialnosti [Substantiation of economic design parameters of rocket and space technology in the conditions of sustainable space activity]. *Biznes Inform*, 9, 80–88. [in Ukrainian]

7. Cabinet of Ministers of Ukraine (2011), Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine « On approval of the Regulation on risk management related to the provision of state guarantees and distribution of such risks between the state, creditors and borrowers», available at: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/131-2011-%D0%BF?find=1&text=%D0%B5%D1%84%D0%B5%D0%BA%D1%82#w1_2 [in Ukrainian]

8. Koval V. V., Kovalchuk A. M., Nechaiev S. V. (2013), Pohliady shchodo zastosuvannia kosmichnykh informatsiinykh mrezh v systemi vsebichnoho zabezpechennia viisk (syl) [Views on the use of space information networks in the system of comprehensive support of troops (forces)]. *Nauka i tekhnika Povitrianykh Syl Zbroinykh Syl Ukrainy*, 1, 10–12. [in Ukrainian]

9. Romanenko I. O., Hatsenko S. S. (2013), Deiaki shliakhy shchodo udoskonalennia struktury upravlinnia mizhvydovymy uhrupovanniamy viisk (syl) pid chas dii v povitriano-kosmichnii sferi [Some ways to improve the management structure of interspecific groups of troops (forces) during operations in the air and space sphere]. *Suchasni informatsiini tekhnologii u sferi bezpeky ta oborony*, 2, 96–105. [in Ukrainian]

10. Kozelkov S. V., Pashkov D. P. (2008), Perspektyvy vykorystannia kosmichnykh system dystantsiinoho zonduvannia Zemli dlia vyrishennia zavdan viiskovoho pryznachennia [Prospects for the use of space systems for remote sensing of the Earth to solve military problems]. *Systemy ozbroiennia i viiskova tekhnika*, 4, 133–137. [in Ukrainian]

11. Morhun O. A., Stavitskyi S. D., Lavrinchuk O. V., Piskun O. M. (2007), Zastosuvannia artyleriiskykh raketno-kosmichnykh kompleksiv suborbitalnogo monitorynhu dlia zabezpechennia dii viisk (syl) [Application of artillery and space suborbital monitoring systems to ensure the actions of troops (forces)]. *Systemy obrobky informatsii*, 4, 86–88. [in Ukrainian]

12. Popov M. O., Topolnytskyi M. V., Podlipaiev V. O. (2015), Vydova kosmichna rozvidka v lokalnykh viiskovykh konfliktakh [Species space reconnaissance in local military conflicts]. *Nauka i oborona*, 1, 25–35. [in Ukrainian]

13. Kanevskyi L. B., Povkh M. S., Shumskyi S. M. (2020), Perspektyvy kombinovanoho vykorystannia vydovykh zasobiv povitriano-kosmichnogo bazuvannia dlia pidvyshchennia informatyvnosti rozvidualnogo zabezpechennia viisk (syl) [Prospects for the combined use of air and space-based species to increase the informativeness of the intelligence support of troops (forces)]. *Suchasni informatsiini tekhnologii u sferi bezpeky ta oborony*, 1, 49–54. [in Ukrainian]

УДК 338.48

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-4>**Крупіца І. В.**кандидат економічних наук, доцент
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1438-5039>**Свтушок О. В.**кандидат економічних наук
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6027-7330>**Киричук В. Г.**аспірант,
ЗВО Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9925-809X>**Krupitsa Iryna, Yevtushok Olha**

Odessa National Academy of Food Technologies

Kyrychuk VladyslavHigher Education Institution Open International University
of Human Development "Ukraine"

СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

За останні 2 роки туристична індустрія, в період пандемії та довгих карантинних заходів, знаходиться як і більшість бізнесу в кризовому стані. Вона втратила велику кількість підприємств, які не змогли вижити на ринку, це склало приблизно 25%, а ті підприємства, що залишилися, повинні пристосуватися до нових умов праці, з дотриманням карантинних вимог та новими потребами споживачів послуг. З огляду на це, в умовах сьогодення набувають актуальності новітні напрями туристичного бізнесу, які в сучасних умовах забезпечать весь комплекс послуг, з додатковим спектром сервісу та дотриманням умов безпечного відпочинку. Численні дослідження доводять, що новітніми трендами туристичного розвитку міжнародного масштабу є: *Workcations* – поєднання роботи, навчання та відпочинку; соло-туризм; онлайн-тур; *Bleisure* – поєднання бізнес-поїздок та відпочинку; міні-подорожі – подорожі вихідного дня; внутрішній туризм; *Wellness* – туризм здорового способу життя тощо. Обґрунтовано, що з урахуванням національних традицій та менталітету перспективними напрямками розвитку туристичної сфери України найближчої перспективи слід вважати – внутрішній, сільський (зелений), гастрономічний та історико-культурний види туризму і, відповідно, створені на їх базі інноваційні туристичні продукти та послуги тощо. Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні види туризму, що обумовлять можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості, сприятимуть пришвидшеному впровадженню онлайн-форм і цифрових інструментів у наданні туристичних послуг тощо.

Ключові слова: туризм, туристична індустрія, туристичний продукт (послуга), туристичний ринок, внутрішній туризм, туристична криза, карантинні обмеження, тренди та перспективи розвитку галузі.

WORLD TRENDS AND DEVELOPMENT PROSPECTS TOURISM IN UKRAINE

*Tourism is a multifaceted socio-economic and cultural phenomenon of the early XXI century. Experience shows that the development of tourism creates the necessary conditions for increasing the level of mobility and employment of the population, promotes stable economic growth, rational use of cultural and natural heritage sites. The current situation in the tourism sector requires an active search for ways to overcome the crisis of intensifying the production of tourism products with the necessary quality. The aim of the study is to analyze trends in the tourism sector of Ukraine and the world due to the crisis, the study of new opportunities for transformation of the tourism market in accordance with new global requirements and operating conditions. For the last 2 years, the tourism industry, during the pandemic and long quarantine measures, is like most businesses in crisis. It lost many businesses that failed to survive in the market, which was about 25%, and the remaining businesses must adapt to new working conditions, with quarantine requirements and new needs of service consumers. In view of this, in today's conditions the newest directions of tourist business which in modern conditions will provide all complex of services, with an additional spectrum of service and observance of conditions of safe rest become actual. Numerous studies show that the latest trends in tourism development on an international scale are: *Workcations* – a combination of work, study, and leisure; solo tourism; online tour; *Leisure* – a combination of business travel and leisure; mini-trips – weekend trips; domestic tourism; *Wellness* – tourism of a healthy way of life, etc. It is substantiated that considering national traditions and mentality perspective directions of development of tourism sphere of Ukraine soon should be considered - domestic, rural (green), gastronomic and historical-cultural types of tourism and, accordingly, innovative tourist products and services created on their basis. For the tourism business to quickly adapt to the normal state, it is necessary to introduce innovative types of tourism that will attract more people to the tourism business and generate additional income by introducing new offers, new*

tours, visiting special cities and a range of best quality services. accelerated introduction of online forms and digital tools in the provision of tourist services, etc.

Keywords: *tourism, tourism industry, tourism product (service), tourism market, domestic tourism, tourism crisis, quarantine restrictions, trends, and prospects of the industry.*

JEL Classification: L83

Постановка проблеми. Туризм є багатоаспектним соціально-економічним і культурним феноменом початку XXI століття. Як показує досвід, розвиток туризму створює необхідні умови для підвищення рівня мобільності та зайнятості населення країни, сприяє стабільному економічному зростанню економіки, раціональному використанню об'єктів культурної та природної спадщини. Ситуація, яка склалася в туристичній сфері останнім часом, вимагає активного пошуку засобів подолання кризових явищ інтенсифікації виробництва туристичного продукту із забезпеченням необхідної якості [1].

У 2020 р світова індустрія туризму зазнала серйозної кризи, пов'язаної зі стрімким поширенням нового виду коронавірусу (COVID-2019) по всій планеті. За підрахунками Всесвітньої ради з подорожей і туризму (WTTC), у результаті COVID-19 може бути втрачено понад 197 млн робочих місць у сфері гостинності, фінансові втрати сектору, за її оцінками, становитимуть 3,4 трлн дол. до кінця 2020 р. [2]. Тривалі обмеження на подорожі також призведуть до скорочення внеску галузі у світовій ВВП на 4,7 трлн дол., або на 53%, порівняно з 2019 р., зазначає організація [3]. Усе це означає, що ринок сфери гостинності можуть чекати невідворотні зміни, і те, наскільки швидко як світовий туристичний ринок, так і туристичні ринки окремих країн зможуть пристосуватися до нових реалій, матиме безпосередній вплив на стан та існування цих ринків у цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням основних тенденцій функціонування та перспектив подальшого розвитку ринку туристичних послуг та туристичної сфери України в цілому присвячено роботи вітчизняних вчених: М. Бойко, М. Босовської, О. Гальцовой, В. Данильчука, М. Кабушкіна, В. Кицяка, Н. Коржа, В. Лагодієнко, О. Любіцевої, В. Мацуки, О. Меліх, Н. Моїсєєвої, О. Покатаєвої, Г. Саркісян, Г. Скляра, Т. Ткаченко, О. Трохимець, Н. Ушенко, І. Черниш, Н. Щербакової та ін.

З огляду на суттєві зміни світової економіки, що виникли в результаті негативного впливу пандемії COVID-19 набуває актуальності потреба у нових фундаментальних дослідженнях туристичної індустрії в контексті як континентального, так і регіонального розвитку, зокрема в Україні. Сьогодні провідні вчені економісти разом із представниками туристичної галузі намагаються знайти шляхи виходу з кризи, розглядають нові можливості туристичного ринку, намагаються в той чи інший спосіб переорієнтуватися згідно з новими світовими вимогами тощо.

Метою статті є аналіз тенденцій розвитку туристичної сфери України та світу зумовлених кризовими явищами, дослідження нових можливостей трансформації туристичного ринку відповідно до нових світових вимог та умов функціонування.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні туризм справедливо вважається феноменом XXI ст., адже зі 195 держав світу в туризмі задіяні понад 150 країн.

Протягом останніх десятиліть світовий туризм демонструє впевнене зростання. За оцінкою Всесвітньої туристської організації (UNWTO), число туристських прибуттів у всьому світі у 2030 р. становитиме 1,36 млрд осіб. Іншими словами, кожен п'ятий житель планети здійснюватиме туристичні поїздки. У глобальному масштабі туризм становить близько 10% ВВП і понад 6% світового експорту [4].

За останні 2 роки туристична індустрія, в період пандемії та довгих карантинних заходів, знаходиться як і більшість бізнесу в кризовому стані. Вона втратила велику кількість підприємств, які не змогли вижити на ринку, це склало приблизно 25%, а ті підприємства, що залишилися повинні пристосуватися до нових умов праці, з дотриманням карантинних вимог та новими потребами споживачів послуг. З огляду на це, в умовах сьогодення набувають актуальності новітні напрями туристичного бізнесу, які в сучасних умовах забезпечать весь комплекс послуг, з додатковим спектром сервісу та дотриманням умов безпечного відпочинку.

Зараз, після довготривалих карантинних заходів та в зв'язку з тим, що пандемія не закінчилась, а лише змінила свої форми, повністю змінилися світові тренди у сфері туризму. Наразі визначальним напрямом є bleisure (business + leisure) — це поєднання бізнес-поїздок та відпочинку (рис. 1). Ця схема працює так: bleisure є продовження бізнес-подорожі на декілька днів з метою відпочинку. Останні дослідженнями показали, що на сьогодні вже біля третини клієнтів у світі замовляють послугу business + leisure, ще декілька років тому цю послугу замовляв лише кожен десятий. Але в нас не настільки багато часу, чому б не скористатися можливістю побачити цікаві місця, відвідати виставку, приділити увагу собі, поспілкуватися у неформальній атмосфері, перебуваючи у певній локації з бізнес-метою [10]?

Ще одним напрямком, що дуже поширився останнім часом, а особливо на це вплинула пандемія, є розвиток, так званого, соло-туризму, тобто подорожей наодинці [1]. Є багато причин для соло-подорожі: подивитися на людей і на світ навколо, спробувати щось нове, знайти нових друзів, залікувати душевні рани, розвіятися, насолодитися світом та тишею. Цей тренд активно підхопили і зробили популярним, завдяки соціальним мережам. Окрім цього соло-туризм став дуже затребуваний у часи карантинних заходів, де також збільшуються вимоги туристів до харчової безпеки та екологічності, набуває особливого значення у якому регіоні провести відпочинок, яка там екологія, здорова їжа, безпека перебування.

У карантинних умовах дуже змінився і час перебування в подорожі, він скорочується, дуже популярними стали міні-поїздки (наприклад — тури вихідного дня), з метою орієнтації туристів на отримання унікальних вражень та досвіду під час поїздки. Це гарний вид відпочинку, який за короткий час дозволяє вдихнути нових емоцій, відірватися від виробничого процесу та отримати заряд свіжості та бадьорості, а особливо якщо



Рис. 1. Світові тренди розвитку туристичної індустрії

Джерело: авторська розробка

повна відпустка ще далеко. Зараз за 2-3 дні вікенду, можливо побувати у найвіддаленіших куточках планети, злітати на море, побувати у горах, побачити друзів або родичів з іншої країни, при сучасному розвитку ринку авіаперевезень, автомобільного та залізничного транспорту.

Наступним трендом туристичного сегменту є Wellness-туризм. Це туризм здорового життя, він орієнтований на відновлення свого фізичного та психологічного стану. Wellness-туризм визначається професіоналами галузі як подорож, яку робить людина з метою поліпшити або підтримати своє здоров'я.

У нинішній час, коли частина людей значно більше почала приділяти увагу підтримки організму в здоровому стані та збереження балансу між фізичним і психологічним здоров'ям людини, правильному харчуванню, слідкувати за якістю життя та обирати не просто відпочинок, а конкретний напрямок, який дозволяє задовольнити усі їх потреби, з'явилися нові тренди туризму, що можуть надати весь спектр таких послуг тощо.

За офіційною статистикою, туризм не посідає значне місце в загальній економіці України, оскільки становить близько 3-4% від ВВП [6], на відміну від європейських країн, де в середньому на туризм припадає 10% ВВП, і країн Азійсько-Тихоокеанського регіону, де ця частка сягає 50,2% [5]. Хоча, за останніми розрахунками, проведеними внутрішніми експертами міжнародних структур (ВТО, ЮНВТО), частка туризму в Україні становить близько 9% ВВП [6]. З огляду на це, варто проаналізувати внесок туризму у світовий ВВП за країнами, які є найпопулярнішими серед туристів (рис. 2).

Кількісний підхід до ранжування регіонів за рівнем розвитку сфери туризму станом на кінець 2021 р. дозволяє говорити виходячи з наступних значень офіційних статистичних показників: а) чисельність громадян країни, розміщених у спільних місцях розміщення – 16,49 млн осіб, що більше значення за

аналогічний період попереднього року на 11,72%; б) чисельність іноземних громадян, розміщених у спільних засобах розміщення – 2,72 млн осіб, що більше значення за аналогічний період попереднього року на 6,39%; в) обсяг платних послуг готелів та аналогічних послуг з надання тимчасового житла – 61,36 млрд грн, що менше значення за аналогічний період докризового року на 8,52% [8].

На сьогодні науковці прогнозують, що відновлення туристичної сфери розпочнеться з відновлення внутрішнього туризму, і це загальносвітова тенденція. При цьому варто відзначити, що внутрішній туризм України не був готовий до пандемії COVID-19, зокрема до збільшення туристичного попиту громадян України на українські туристичні продукти. Саме тому виникла ситуація, коли з'явилась можливість часткової переорієнтації туристичних агентцій на внутрішні тури Україною замість закордонних турів.

За даними ЮНВТО, у 2019 р. Україна мала 25 млн в'їзних туристів і входила до 10 країн Європи за показником відвідуваності. У таблиці 1 наведено туристичні відвідування регіонів України до пандемії COVID-19 за результатами опитування 10 найбільших туроператорів.

Деякі вітчизняні туристичні компанії змогли вловити цю тенденцію і вчасно переорієнтуватися. Зокрема, туристичний оператор Join UP! відзначив, що в 2020 р. суттєво зріс потік туристів усередині країни у більш дорогому сегменті, так званому Vip-відпочинку. Це пов'язано із закриттям кордонів та вимушеним відпочинком в Україні тих, хто завжди відпочивав за кордоном.

У свою чергу, серед найперспективніших напрямів туристичної діяльності є також розвиток сільського, зеленого, гастрономічного та історико-культурного видів туризму і, відповідно, створених на їх базі туристичних продуктів. Так, за оцінками постачальників послуг наразі найбільшим попитом користується внутрішній туризм, який поєднує у собі відпочинок на

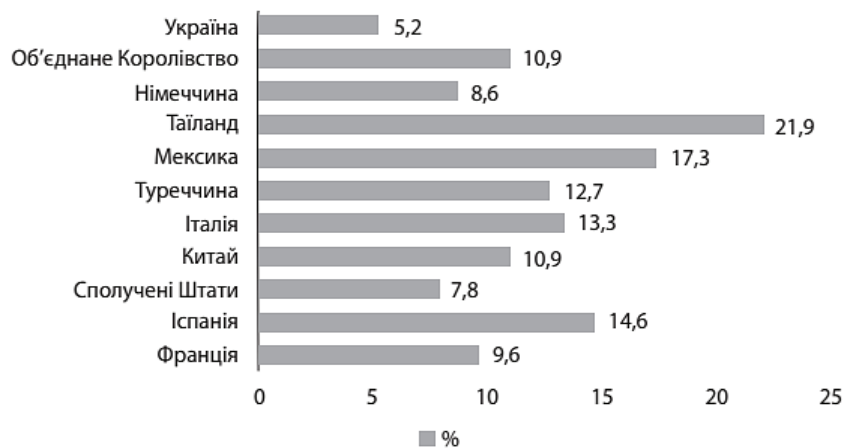


Рис. 2. Внесок туризму у світовий ВВП, % за найпопулярнішими туристичними маршрутами

Джерело: побудовано на основі [5]

Таблиця 1

Популярність регіонів України для відпочинку, %

Регіон	%	Регіон	%	Регіон	%
Одеська	17,4	Полтавська	3,7	Черкаська	1,3
Закарпатська	11,8	Дніпропетровська	3,6	Київ	1,1
Запорізька	7,7	Чернігівська	3,2	Чернівецька	1,1
Київська	7,7	Миколаївська	3,2	Рівненська	1,1
Івано-Франківська	7,4	Вінницька	2,9	Тернопільська	1,1
Львівська	6,7	Волинська	2,1	Кіровоградська	0,8
Дніпропетровська	6,6	Донецька	2,1	Луганська	0,5
Херсонська	6,4	Житомирська	1,6	Важко відповісти	3,2
Черкаська	5,9	Хмельницька	1,6	Не хочу відповідати	0,5
Харківська	4,4	Сумська	1,3	Львівська	8,0

Джерело: сформовано авторами за даними [7]

природі (рис. 3). Слід зазначити те що, кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації. До кожного регіону можна скласти безліч цікавих туристичних маршрутів. Однак реальні показники відвідуваності, зібрані суми туристичного збору, витрати на розвиток туристичної інфраструктури та промоцію дозволяють визначити регіони-лідери.

Лідерами внутрішнього туризму України є «ТОП-7 туристичних напрямків України у 2019 р.» (до пандемії COVID-19): Львівська область – лідер екскурсійного туризму; Одеська область – лідер пляжного туризму; Закарпатська область – лідер гастрономічного туризму; Івано-Франківська область – лідер активного відпочинку; Херсонська область – край заповідної природи; Запорізька область – лідер сімейного відпочинку; Тернопільська область – лідер замкового туризму. Найпопулярнішим приморським курортом є Затока, природним заповідником – Асканія Нова, міський маршрут – Києво-Печерська Лавра, Старе місто Львова.

Щодо сільського туризму (часто можна побачити назву «сільський зелений туризм»), то насамперед потрібно констатувати, що він користується особливим попитом серед українських громадян [9], які проживають у містах і хочуть провести свій відпочинок у сільській місцевості. При цьому туристи користувались послугами розміщення в агросадибах або мали власні помешкання у селах, чи відвідували рідних та знайо-

мих, які проживають у сільській місцевості.

Доцільно звернути увагу на сучасний досвід та наукові дослідження, які засвідчують, що прискорений розвиток сільського туризму може відіграти роль катализатора туристичної галузі України, зокрема розвитку сільського туризму в Україні сприяють такі фактори: 1) різноманітні природні та історико-культурні туристичні ресурси в сільських місцевостях України; 2) відносно екологічна незабрудненість сільських місцевостей порівняно з містами України; 3) наявність вільних трудових ресурсів для обслуговування туристів; 4) наявність широкого спектру додаткових туристично-екскурсійних послуг щодо майстер-класів, наприклад, з виготовлення туристичних сувенірів, лозоплетіння (столиця українського лозоплетіння – село Іза Хустського району Закарпатської області), проходження туристичних маршрутів різної складності по гірським масивам, катання на конях тощо.

Щодо іншого пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України, а саме гастрономічного туризму, то вважаємо, що необхідно шукати створювати нормативно-правову базу для його забезпечення. Державна підтримка гастрономічного туризму повинна полягати у створенні сприятливих умов для забезпеченні якості послуг, діяльності підприємців та безпеки продукції, що виготовляється, формування відповідного інституційного середовища для розви-



Рис. 3. Опитування респондентів, щодо проведення планового відпочинку, %

Джерело: за даними [7]

тку цього пріоритетного напрямку розвитку туристичного потенціалу України як чинника консолідації суспільства. Для просування гастрономічного туризму потрібно провести такі заходи: 1) створити гастрономічний календар подій в Україні; 2) заснувати маркування «Домашня кухня», «Екологічна кухня», «Закарпатська кухня» та кухні інших областей України; 3) створити інтерактивну карту підприємств харчування, що представляють інтерес для гастрономічного туризму та рекомендовані для відвідування туристами, де гарантовано страви готуються з сировини місцевого виробництва, а якість страв та обслуговування варті уваги туристів; 4) створити офіційні сайти таких підприємств, акцентуючи на перевагах та особливостях гастрономічного туризму України та кожної області зокрема; 5) інтегрувати кулінарні школи до туристичного простору України тощо.

Гастрономічний туризм як в комплексі з іншими видами туризму, так і окремо дає змогу не тільки підвищити інтерес до гастрономії, але й підтримувати його в тривалій перспективі, забезпечуючи стійкий додатковий приплив туристів, який буде сприяти формуванню нового, гастрономічного руху у суспільстві. Також використання особливостей та різновидів гастрономічного туризму робить міста України не тільки популярними, але й конкурентно-здатними на ринку туристичних послуг. Це можна пояснити тим фактом, що коли особливості української кухні інших областей будуть відомими українцям із інших областей, то з'явиться додаткова можливість популяризувати інші області і збільшиться туристичний потік гастротуристів і, від-

повідно, збільшаться обсяги прибутків від туристичної галузі.

На нашу думку, важливим вектором розвитку сільського та гастрономічного туризму було б розроблення та затвердження регіональних програм розвитку сільського та гастрономічного видів туризму та загальнодержавної Програми розвитку сільського та гастрономічного видів туризму в Україні.

Наступним пріоритетним напрямом розвитку туристичного потенціалу України, який користується особливою популярністю у внутрішніх туристів, нами визначено історико-культурний туризм. Роль історико-культурного туризму важко переоцінити, адже він сприяє збереженню національної культури, автентичності (наприклад, дерев'яні церкви Закарпаття, які збудовані без жодного гвіздка та віднесені до Списку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО), національної ідентичності, національних цінностей українців тощо. Зокрема доцільно звернути увагу на етнографічні ресурси України. Етнографічні ресурси України – це традиційна складова історико-культурного потенціалу. До етнографічних ресурсів ми віднесли ресурсів, які об'єднують елементи національного колориту та неповторної самобутності. До таких ресурсів відносять: традиції, обряди, свята, народні промисли, традиційні житла, одяг, танці тощо. Зокрема, особливу популярність здобула українська вишивка, за специфічними елементами якої можна визначити належність до тієї чи іншої області України, а також інтерес у туристів, як внутрішніх, так і в'їзних, викликають майстер-класи по виготовленню кераміки та ін. Це все сприяє збере-

женню української національної культури в умовах глобалізації.

Висновки. Однією з галузей, яка найбільше постраждала та зазнала значних фінансово-економічних наслідків під час пандемії COVID-19, є туристична галузь. На сьогодні туристична індустрія зазнає великих трансформацій, вимагає якісного та ретельного аналізу чинників впливу на туристичний попит.

Щоб туристичний бізнес швидко зміг адаптуватися до нормального стану необхідно впроваджувати інноваційні напрямки. Поява нових напрямів та використання світових трендів, це ще одна додаткова можливість привабити до туристичного бізнесу більшу кількість людей та налагодити додатковий дохід, за рахунок впровадження нових пропозицій, нових турів, відвідування особливих міст та всього спектру послуг найкращої якості.

Країни починають переорієнтовуватися на стимулювання розвитку внутрішнього туризму, сприяють пришвидшеному впровадженню онлайн-форм і цифрових інструментів у наданні туристичних послуг. Однак, найімовірніше, купівельна спроможність населення знизиться, тому зросте попит на бюджетні внутрішні тури. Що стосується виїзного туризму, то для його від-

новлення знадобиться набагато більше часу. У зв'язку з цим суб'єктам туристичної галузі потрібно концентрувати свої зусилля саме в сегменті внутрішніх подорожей, вивчаючи та просуваючи потенційно перспективні напрямки та розробляючи нові пропозиції. Через страх населення перед великим скупченням людей, вірогідно, туризм буде ставати все більш індивідуальним, зросте популярність екотуризму, що має в Україні великий потенціал. Наслідком такої кризи стане посилена увага туристів до безпеки подорожей та санітарно-епідеміологічного стану в країнах.

Суб'єктам туристичного бізнесу потрібно направити вектор свого розвитку на наступні ключові моменти: сконцентруватися на сегменті внутрішнього туризму, визначити основні пріоритетні напрями вітчизняного туризму, враховуючи наявні ресурси та народні традиції; розробити нові пропозиції, що орієнтовані на бюджетний та індивідуальний туризм; розширити можливості для екологічного туризму; підвищити якість обслуговування туристів; враховувати санітарно-епідеміологічний стан місць перебувань туристів, якість страхових послуг; сприяти цифровій трансформації процесів функціонування та розвитку туристичної галузі тощо.

Список використаних джерел:

1. Тонкошкур М.В. Оцінка впливу окремих норм законодавства на практичну діяльність у сфері туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Випуск 35. С. 59–64.
2. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. *Analysys*. World Travel & Tourism Council (WTTC); вебсайт. URL: <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond> (дата звернення: 01.11.2021).
3. У сфері туризму більше половини робочих місць можуть зникнути. Економічна правда: вебсайт. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/31/666801> (дата звернення: 01.12.2021).
4. Логунцова И.В. Индустрия туризма в условиях пандемии коронавируса: вызовы и перспективы. Государственное управление. Электронный вестник. 2020. № 80. URL: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2020/vipusk__80._ijun_2020_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/loguntsova.pdf (дата звернення: 21.12.2021).
5. World Data Atlas. URL: <https://knoema.com/atlas> (дата звернення: 21.12.2021).
6. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу «дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні»). Національна туристична організація України. 23.12.2021. URL: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf>
7. Плотнікова М.Ф., Якобчук В.П. та ін. Державна політика реалізації туристичного потенціалу України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2022. №3. С. 102–112.
8. Державна служба статистики. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 25.01.2022).
9. Плотнікова М.Ф., Мартинчук І.В. Зелений туризм як механізм багатofункціонального розвитку. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2018. № 1 (12). URL: http://http://easterneurope_ebm.in.ua/12_2018_ukr (дата звернення: 15.01.2022).
10. Чаркіна Т.Ю., Зайцева В.М., Пікуліна О.В., Реукова А.О. Сучасні тренди розвитку та нові напрями туристичної індустрії. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 49–56.
11. Лагодієнко В.В., Меліх О.О., Саркісян Г.О. Інноваційний вплив на регіональні туристичні ринки. *Вісник ХНАУ. Сер. Екон. науки : зб. наук. пр. Харк. нац. аграр. ун-ту ім. В. В. Докучаєва*. 2020. № 1. С. 325–333.

References:

1. Tonkoshkur M.V. (2021) Otsinka vplyvu okremykh norm zakonodavstva na praktychnu diial'nist' u sferi turyzmu [Assessment of the impact of certain legislation on practical activities in the field of tourism]. *Scientific Bulletin of Uzhhorod National University*, Issue 35, pp. 59–64.
2. To Recovery & Beyond: The Future of Travel & Tourism in the Wake of COVID-19. *Analysys*. World Travel & Tourism Council (WTTC); website. Available at: <https://wtcc.org/Research/To-Recovery-Beyond> (accessed 01 November 2021).
3. In the field of tourism, more than half of jobs may disappear. *Economic truth: website*. Available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2020/10/31/666801> (accessed 01 November 2021).
4. Lohuntsova Y.V. (2020) Yndustryia turyzma v uslovyakh pandemyu koronavyrusa: vyzovy u perspektyvy [Coronavirus pandemic tourism industry: challenges and prospects]. *Hosudarstvennoe upravlenye* [Public administration]. (electronic journal). no. 80. Available at: http://e-journal.spa.msu.ru/uploads/vestnik/2020/vipusk__80._ijun_2020_g./problemi_upravlenija_teorija_i_praktika/loguntsova.pdf (accessed 01 November 2021).
5. World Data Atlas. Available at: <https://knoema.com/atlas> (accessed 01 November 2021).
6. Pandemiia COVID-19 ta ii naslidky u sferi turyzmu v Ukraini (Onovlennia do dokumentu «dorozhnia karta konkurentospromozhnogo rozvytku sfery turyzmu v Ukraini»). Natsional'na turystychna orhanizatsiia Ukrainy. 23.12.2021. [COVID-19 pandemic and its consequences in the field of tourism in Ukraine (Update to the document "Roadmap for competitive development

of tourism in Ukraine"). National Tourist Organization of Ukraine]. Available at: <http://www.ntoukraine.org/assets/files/EBRD-COVID19-Report-UKR.pdf> (accessed 01 November 2021).

7. Plotnikova M.F., Yakobchuk V.P. ta in. (2022) Derzhavna polityka realizatsii turystychnoho potentsialu Ukrainy [State policy of realization of tourist potential of Ukraine]. *Investments: practice and experience*, no. 3, pp. 102–112.

8. State Statistics Service. Official site. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 25 January 2022).

9. Plotnikova M.F., Martynchuk I.V. (2018) Zelenyj turizm iak mekhanizm bahatofunktional'noho rozvytku [Green tourism as a mechanism of multifunctional development]. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*, no. 1 (12). Available at: http://http://easterneurope_ebm.in.ua/12_2018_ukr (accessed 15 January 2022).

10. Charkina T.Yu., Zajtseva V.M., Pikulina O.V., Reukova A.O. (2022) Suchasni trendy rozvytku ta novi napriamy turystychnoi industrii [Modern development trends and new directions of the tourism industry]. *Agrosvit*, no. 3, pp. 49–56.

11. Lahodiienko V.V., Melikh O.O., Sarkisian H.O. (2020) Innovatsijnyj vplyv na rehional'ni turystychni rynky [Innovative impact on regional tourism markets]. *Bulletin of KhNAU. Ser. Econ. Science: Coll. Science. Hark Ave. nat. agrarian. University named after VV Dokuchaev*, no. 1, pp. 325–333.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 330.341; 338.242

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-5>**Вороніна В. Л.**кандидат економічних наук, доцент,
Полтавський державний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2434-4591>**Бондаренко Д. В.**здобувачка вищої освіти,
Полтавський державний аграрний університет**Завгородній В. Р.**аспірант,
Полтавський державний аграрний університет**Voronina Victoriia, Bondarenko Daryna, Zavorodnii Viktor**
Poltava State Agrarian University

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ КОМПАНІЇ ШЛЯХОМ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ

Формування конкурентних переваг підприємств на основі інновацій є основною передумовою забезпечення ефективності їхньої діяльності, напрямом подолання кризових ситуацій, в яких перебуває значна кількість Українських суб'єктів господарювання різних галузей та форм власності. При цьому вирішення зазначеної проблеми має розглядатися з позиції удосконалення теорії та методології формування конкурентних переваг у контексті використання інновацій. Метою даного дослідження є вивчення та систематизація теоретико-методологічних аспектів конкурентних переваг з врахуванням інноваційної складової, а також опис методу побудови інтегрального рейтингу великих українських компаній на основі процедури ієрархічного ранжирування з метою визначення їх конкурентоспроможності. Запропонований у роботі інтегральний рейтинг дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності компаній порівняно з попередніми періодами та зробити висновок про доцільність інвестиційних вкладень.

Ключові слова: ієрархічне ранжирування, інновації, інноваційний розвиток, інтегральний рейтинг, конкуренція, конкурентна перевага, конкурентоспроможність, стратегія, управління.

FORMING THE COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE COMPANY BY DEVELOPING INNOVATIVE OPPORTUNITIES

The formation of competitive advantages of enterprises on the basis of innovations is the main prerequisite for ensuring the efficiency of their activities, the direction of overcoming crisis situations in which a significant number of Ukrainian business entities in various industries and forms of ownership are. At the same time, the solution of this problem should be considered from the standpoint of improving the theory and methodology of forming competitive advantages in the context of the use of innovations. From a scientific point of view, within a particular subject area, the issue of competitive advantage of enterprises is unresolved, thus determining the relevance of the research topic. The purpose of this study is to study and systematize the theoretical and methodological aspects of competitive advantages taking into account the innovation component, as well as a description of the method of building an integrated rating of large Ukrainian companies based on hierarchical ranking procedure to determine their competitiveness. The methodological basis was made by general scientific theoretical methods: generalization, explanation, grouping – for the study of the conceptual apparatus; statistical – for a comprehensive economic assessment of the current state of competitive advantages of the largest companies in the leading sectors of the economy of Ukraine; methods of system analysis and synthesis, economic and mathematical and expert methods of analysis of competitive advantages, methods of abstraction and visualization (for visual demonstration of research results and analytical data). The integrated rating proposed in the work allows to estimate the level of competitiveness of companies compared to previous periods and to draw a conclusion about the feasibility of investment. The authors recommend using the presented tools in developing a competitive strategy of the enterprise. The next step in the study is to analyze the sequence of use of competitive advantages of the enterprise. Thus, competition can be seen as a dynamic process in which companies are forced to use new technologies, attract investment, adapt to ever-changing market conditions.

Keywords: hierarchical ranking, innovations, innovative development, integrated rating, competition, competitive advantage, competitiveness, strategies, management.

JEL classification: M21, O31.

Постановка проблеми. Активний розвиток соціально-економічних відносин призводить до необхідності постійного та систематичного пошуку шляхів підвищення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг на рівні як національної економіки, так і окремих суб'єктів підприємництва. Саме конкурентні переваги, сформовані підприємством, що підкреслюють його унікальність у конкурентному середовищі, є запорукою його конкурентоспроможності та отримання максимальних економічних результатів.

Переваги розвитку економіки завдяки саме інноваційній діяльності є очевидними: значення сировинних товарів знижується, а інтелектуальних активів – зростає. Такі країни як Індія, Китай, Ізраїль, Ірландія досягли чималих успіхів у цьому напрямі, акцентуючи увагу на важливості та потребі саме інноваційного розвитку. Інноваційним підприємствам легше боротися з конкуренцією. У сучасних умовах підприємництва кожному господарюючому суб'єкту необхідно розвивати власні ключові здібності, які в поєднанні з ресурсами стають основою стратегії підприємства та забезпечують формування конкурентних переваг. Інноваційність визначено як стратегічну суспільно-господарську ціль ЄС [1].

Формування конкурентних переваг підприємств на основі інновацій є основною передумовою забезпечення ефективності їхньої діяльності, напрямом подолання кризових ситуацій, в яких перебуває значна кількість вітчизняних суб'єктів господарювання різних галузей та форм власності [2]. При цьому вирішення зазначеної проблеми має розглядатися з позицій удосконалення теорії та методології формування конкурентних переваг у контексті використання інновацій та ключових здібностей підприємства. Детальний аналіз наукових праць з досліджуваної проблематики показує, що з наукової точки зору, в рамках окремо взятої предметної області, питання формування конкурентних переваг підприємств є невирішеним, зумовлюючи цим актуальність теми дослідження, яка викликана необхідністю вивчення теоретичних засад формування конкурентних переваг та вдосконалення науково-методологічних рекомендацій щодо комплексного економічного оцінювання сучасного стану конкурентних переваг підприємств України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Кількість досліджень у галузі стратегічного управління конкурентними перевагами компаній збільшується з кожним роком. Одна з перших робіт з даної тематики відповідно до джерел [1; 2, с. 10] згідно з даними рейтингової організації Thomson's Science Watch є найбільш цитованою в бізнесі та економіці з 1995 р. За результатами досліджень І. Маркіної та ін. [3] щорічно з 2006 р. кількість статей щодо проблеми стратегічного управління конкурентними перевагами компаній, опублікованих у журналах та наукометричних базах даних, перевищує 100.

На думку К. Менара на конкурентоспроможність підприємства, насамперед, впливає облік основних факторів його практичної діяльності [4, с. 56]. М. Бест вважає, що, на формування стратегічної конкурентоспроможності впливають переважно динамічні здібності розвитку компанії, а також фактори мережевої конкуренції, соконкуренції та конкуренції на глобаль-

них ринках [5, с. 111]. Аспектами зовнішнього впливу як чинників формування конкурентоспроможності компаній займався А. Дамодаран [6]. Великий внесок у формування підходів щодо класифікації факторів конкурентоспроможності зробив професор Гарвардської школи бізнесу М. Портер. Він сформував три підходи до класифікації факторів конкурентоспроможності [7]. Заслугує на увагу і представляє подальший інтерес у рамках даного дослідження позиція М. Зось-Кіора та ін., які правомірно вважають, що в довгостроковій перспективі конкурентні переваги компанії ґрунтуються на здатності створювати з нижчими витратами та швидше, ніж конкуренти, ключові компетенції, на основі яких створюються непередбачені раніше продукти [8, с. 509].

Слід зазначити, що в результаті проведених раніше досліджень не було отримано єдиного стандартного опису оцінювання стану конкурентних переваг компаній, а також трактування її загальної сутності. При оцінці та аналізі інноваційної привабливості, на думку вітчизняних та зарубіжних дослідників, найбільш ефективним є застосування економіко-математичних методів та моделей, які мають значні загальновідомі переваги. Однак економікоматематичне моделювання у сфері інноваційної діяльності є процесом, що практично не підлягає або складно підлягає науковій формалізації. Неодноразові спроби виділити загальні принципи створення тут математичних моделей призводили або до декларування агрегованих рекомендацій досить загального характеру, які складно застосувати на практиці, або навпаки, до появи результатів, які можливо застосувати тільки до досить вузького кола специфічних задач. Тому на сьогоднішній день постає проблема вибору методу побудови інтегрального рейтингу компаній на основі процедури ієрархічного ранжирування з метою визначення їх конкурентоспроможності.

Також залишаються недостатньо опрацьованими аспекти прийняття якісних управлінських рішень, з одного боку, щодо інвестування коштів, а з іншого – щодо покращення фінансового становища та підвищення рівня конкурентних переваг компаній. До цих аспектів слід віднести, зокрема, пов'язування питань всебічного стійкого розвитку компанії та її інноваційної привабливості, формування комплексної, адекватної та загальноприйнятної системи оцінювання конкурентоспроможності тощо.

Мета статті полягає у вивченні та систематизації теоретико-методологічних аспектів конкурентних переваг з врахуванням інноваційної складової, а також опис методу побудови інтегрального рейтингу великих українських компаній на основі процедури ієрархічного ранжирування з метою визначення їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши наявні трактування поняття «конкуренція», нами окреслено основні підходи до визначення економічної конкуренції: структурний, поведінковий, системний, функціональний, а також у межах цих підходів варто виокремити інноваційний мікро-, мезо- та макроекономічний підходи (табл. 1).

Встановлено, що, по-перше, конкуренція є саморегулюючим процесом; по-друге, конкуренція сприймається як суперництво на ринку за досягнення найбільш

Таблиця 1

Етимологічний аналіз поняття економічної конкуренції

Підходи	Тлумачення
структурний	пріоритетом у вивченні суті конкуренції є середовище функціонування підприємства, здійснення аналізу структури ринку, його стану й умов функціонування. Конкуренцію розглядають як динамічну зміну властивостей, структури, функцій ринкової системи. Головне – встановлення ступеня монополізації ринку та свободи продавця і покупця
поведінковий	конкуренція є суперництвом і боротьбою між економічними суб'єктами за цінності та кращі умови завдяки задоволенню потреб покупців
системний	конкуренція – невід'ємна властивість будь-якої соціально-економічної системи, децентралізована система координації діяльності господарюючих суб'єктів (ринкових агентів)
функціональний	забезпечує втілення функцій конкуренції. Конкуренцію розглядають у вигляді мотиватора інноваційної діяльності, чинника економічного розвитку
інноваційний макроекономічний	характеризує те, що конкурентною перевагою на рівні держави є виробництво різних видів інновацій
інноваційний мезоекономічний	об'єктом дослідження постають інноваційна інфраструктура, регіональні інноваційні системи
інноваційний мікроекономічний	пріоритетом у вивченні суті конкуренції є внутрішнє середовище підприємства, його інноваційний потенціал, організаційна структура, інноваційна культура, інтелектуальний капітал

Джерело: сформовано та доповнено авторами [7; 9-11]

сприятливих умов існування організації та максимізації прибутку; по-третє, конкуренція має соціальну (споживчу) спрямованість ведення конкурентної боротьби. Крім того, нами визначено ще один важливий аспект конкуренції – впровадження інновацій. У ході ведення конкурентної боротьби організації змушені вишукувати нові продукти та послуги, які вже затребувані або можуть бути затребувані ринком, підвищувати їх якість, використовувати нові, більш ефективні способи виробництва та управління. Досягнення цих параметрів можливо, завдяки впровадженню в діяльність організації інновацій. Як наслідок, конкуренція є головним чинником сприйнятливості організації до інновацій.

Нами виділено ще одну умову: суперництво на ринку призводить до постійної зміни умов господарювання та стану ринку, і для ведення гідної конкурентної боротьби компанії змушені пристосовуватися до умов, що склалися. Іншими словами, конкуренція є системоутворюючою складовою ринку та ринкових відносин, вона формує попит та пропозицію, ціноутворення, економічну модель ринку, активізує інноваційні процеси, тобто визначає кон'юнктуру ринку. Таким чином, конкуренцію можна розглядати як динамічний процес, у ході якого компанії змушені використовувати нові технології, залучати інвестиції, адаптуватися до умов ринку, що постійно змінюються.

Опрацювання фінансової звітності провідних компаній України, що мають значні конкурентні переваги дозволило нам провести секторальний аналіз розвитку підприємств на галузевих ринках України; ретельно оцінити зміни, що відбулися у складі найбільших компаній, а також зробити узагальнені висновки щодо динаміки основних секторів економіки країни. Для більш високої якості аналізу в ході дослідження використані дані YouControl [12], Forbes [13] в яких проаналізовано компанії у спадному порядку за показником чистого доходу від реалізації продукції.

Для того, щоб значна частина інформації про секторальну належність не губилася в процесі агрегації,

інформацію про основний вид економічної діяльності було доповнено додатковою верифікацією з офіційних сайтів та інших відкритих джерел для уточнення спеціалізації кожної компанії, яка увійшла у вибірку дослідження.

Перша тисяча компаній загалом генерує близько 50-55 % виторгу всіх підприємств України. Вони здійснюють широкий спектр видів економічної діяльності в різних секторах економіки: харчова промисловість (143 компанії), нафтогазовий сектор (118), електроенергетика (83), сільське господарство (77), роздрібна торгівля (66) та металургія (64). Ці ж галузі найбільше представлені в ТОП 1000 компаній за розміром загальних чистих доходів [12], але дещо в іншому порядку: нафтогазовий сектор (797 млрд. грн, що становить 15,9 % від усіх доходів ТОП 1000), металургія (13,3 %), електроенергетика (12,1 %), роздрібна торгівля (10,4 %), харчова промисловість (8,6 %), сільське господарство (7,6 %) (табл. 2).

Такі сектори, як металургія, транспорт та логістика, фармацевтика, тютюнове виробництво, незважаючи на відносно нижчу кількість великих компаній у першій тисячі, генерують значно вищі рівні доходів із розрахунку на одне підприємство. Основою великого бізнесу України залишаються галузі, які використовують мінеральні або земельні ресурси. Важкі індустрії (насамперед металургія, нафтогаз та енергетика), агрокомплекс та харчопром досі визначають секторальний профіль та міжнародну спеціалізацію України.

Вважаємо, що при аналізі конкурентних переваг підприємств провідних галузей економіки доцільно будувати інтегральні рейтинги, в яких враховуються найважливіші показники розвитку підприємств.

Для дослідження конкурентних переваг та подальшого ранжування використовуємо дані фінансової звітності провідних підприємств України, а саме дохід від реалізації та фінансовий результат за останні три роки.

На першому етапі проводимо аналіз динаміки основних показників 16 провідних компаній України за останні три роки (табл. 3).

Таблиця 2

Сектори економіки України за чистими доходами 2020 р.

Сектор	Чистий дохід, млрд. грн	Частка в доходах ТОП 1000, %
Нафтогазовий сектор	796,6	15,9
Металургія	662,8	13,3
Електроенергетика	604,4	12,1
Роздрібна торгівля	522,3	10,4
Харчова промисловість	432,1	8,6
Сільське господарство	380,4	7,6
Транспорт і логістика	286,7	5,7
Фармацевтика	177,9	3,6
Тютюнове виробництво	168,9	3,4
Торгівля автотранспортом	160,1	3,2
Оптова торгівля	154,8	3,1
Хімічна промисловість	138,0	2,8
Будівництво	100,6	2,0
Машинобудування	71,2	1,4
Нерудна промисловість	68,7	1,4
Телекомунікації	62,9	1,3
Деревопереробно-бумажна промисловість	30,1	0,6
Коксохімічна промисловість	29,7	0,6
Вугільна промисловість	28,1	0,6
Інформаційні технології	26,5	0,5
Фінанси	20,3	0,4
Наукові дослідження	17,2	0,3
Реклами і маркетинг	11,8	0,2
Водопостачання та утилізація	9,7	0,2
Операції з нерухомістю	8,2	0,2
Готельно-ресторанний бізнес	7,9	0,2
Медіа і кіно	5,2	0,1
Меблева промисловість	5,0	0,1
Охорона здоров'я	4,4	0,1
Архітектура і інжиніринг	3,7	0,1
Туризм	3,1	0,1
Легка промисловість	1,4	0,0
Спорт та розваги	1,4	0,0

Джерело: сформовано авторами [14]

Таблиця 3

Показники діяльності провідних конкурентоспроможних компаній України за 2018-2020 рр.

№ з/п	Назва компанії	2018		2019		2020	
		Дохід від реалізації, тис. грн	Прибуток за рік, тис. грн	Дохід від реалізації, тис. грн	Прибуток за рік, тис. грн	Дохід від реалізації, тис. грн	Прибуток за рік, тис. грн
1	«Метінвест»	320760000	32076000	290439000	9207000	282231000	14202000
2	АТБ	85728719	180127	104910343	4405437	123864393	5768666
3	«АрселорМіттал Кривий Ріг»	67963171	11361753	62409226	-2703282	63496684	847674
4	мхп	37731234	11932329	36852545	5042752	35973856	-1846825
5	«Запорозьсталь»	59153818	4719209	46493395	-4332802	45630637	-3678076
6	Roshen	259205	2768	373344	11125	638817	5257
7	«Сантрейд»	20997000	-1476000	22682000	-331000	24367000	814000
8	«Київстар»	19077607	6837961	22274923	8938154	25472239	11038347
9	«Концерн Галнафтогаз»	2491130	216607	3048375	941594	3605620	1666581
10	Ferrexpo	16652493	4266091	25674866	7031716	34697239	11148810
11	БадМ	29141592	4782334	35478836	2947129	41816080	1111924
12	«Оптима-Фарм»	25203798	251200	31225871	256504	37247944	337703
13	Interpipe	9126687	-667546	11399539	878062	13672391	2423670
14	Нібулон	25141525	1009942	27666784	1358212	30192043	1776378
15	WOG	534350	124996	267739	32718	1128	-59560
16	«Міжнародні авіалінії України»	27124684	-2696132	28038894	1649	26210474	-4518

Джерело: сформовано авторами [12-14]

Далі розробляємо побудову ієрархічного інтегрального рейтингу (ІР) компаній на основі ієрархічної процедури ранжирування та встановленого пріоритету між показниками. Рейтинг будується на підставі принципу зведення кількох показників в єдиний індекс з використанням балів та ранжування [15, с. 54-61].

Попередній аналіз показників дозволяє виявити взаємозв'язок між ними і можливість застосування. Для побудови моделі інтегрального рейтингу за ієрархічною процедурою враховуються наступні припущення:

- всі аналізовані показники повинні бути позитивними і збільшувати конкурентоспроможність компанії;
- фінансово-економічні показники повинні бути наведені в однакових одиницях виміру, тобто в тис. грн;
- прибуток вважається найбільш пріоритетним показником на кожному етапі ієрархічного аналізу та ранжуванні;
- парні коефіцієнти кореляції між показниками повинні перебувати у проміжку (-1; 1), що вказуватиме на значимість кореляційних зв'язків та подальшу побудову лінійної залежності.

Для обробки інформації користуємося електронними таблицями Microsoft Office Excel та основними вбудованими функціями: СУММ, ТЕНДЕНЦІЯ, КОРРЕЛ, РАНГ та надбудову Пакет аналізу.

Визначаємо парні коефіцієнти кореляції з використанням вбудованої статистичної функції КОРРЕЛ та засобу Аналіз даних, що дозволяє швидко та безпомилково визначити основні статистичні параметри.

Коефіцієнти кореляції між доходом від реалізації та фінансовим результатом за останні три роки знаходяться в діапазоні від 0,47 до 0,88, що вказує на значимість кореляційних зв'язків та подальшу побудову лінійної залежності.

Коефіцієнт детермінації при дослідженні знаходиться в межах 0,22- 0,78, що вказує на якість моделі

та подальший аналіз і ранжування за ієрархічним інтегральним рейтингом.

Критерій Фішера знаходиться в діапазоні від 3,94 до 48,23, він більший ніж його табличне значення і свідчить про адекватність даних.

Лінійна залежність в загальному вигляді виражається формулою [16, с. 30]:

$$Y_p = a_1 X + a_0 \quad (1)$$

Лінійна залежність фінансового результату від доходу від реалізації має вигляд:

$$\text{за 2018 р. } Y_p = 0,10X + 8105,98 ;$$

$$\text{за 2019 р. } Y_p = 0,03X + 885029,20 ;$$

$$\text{за 2020 р. } Y_p = 0,04X + 665000,10 .$$

Далі проводимо групування та ранжування основних фінансово-економічних показників 16 провідних компаній за 2018-2020 рр.

Результат обробки даних згрупований та зведений в табл. 4:

Аналізуючи ієрархічний інтегральний рейтинг, можна зробити висновок, що за основними фінансово-економічними показниками у 2018 році лідируючими компаніями є Roshen, Interpipe та W0G. В 2019 р. трійка лідерів – Roshen, W0G та «Сантрейд», а у 2020 році – W0G, Roshen та «Міжнародні авіалінії України».

Висновки. Підсумовуючи проведене дослідження доцільно зазначити: немає одностайності у розумінні сутності поняття «конкурентна перевага», що зумовило необхідність викладення авторського бачення зазначеної дефініції, враховуючи інноваційну складову даного поняття. За результатами критичного аналізу встановлено, що деякими вченими здійснено спроби систематизації різноманіття дефініцій із виділенням наукових підходів, більшість з яких має певні недоліки; єдиний підхід до класифікації конкурентних переваг відсутній, що сприяло формуванню авторської позиції з даного питання. Отже, конкурентна перевага є результатом інноваційної діяльності підприємства, що

Таблиця 4

Ранжування провідних конкурентоспроможних компаній України за ієрархічним інтегральним рейтингом, 2018-2020 рр.

№ з/п	Назва компанії	Ієрархічний інтегральний рейтинг 2018 р	Ієрархічний інтегральний рейтинг 2019 р	Ієрархічний інтегральний рейтинг 2020 р
1	«Метінвест»	16	16	16
2	АТБ	11	15	15
3	«АрселорМіттал Кривий Ріг»	15	8	13
4	МХП	14	14	4
5	«Запорожсталь»	13	7	7
6	Roshen	1	1	2
7	«Сантрейд»	4	3	4
8	«Київстар»	10	11	11
9	«Концерн Галнафтогаз»	5	4	6
10	Ferrexpo	7	12	14
11	БадМ	12	13	12
12	«Оптима-Фарм»	8	9	9
13	Interpipe	2	4	8
14	Нибулон	8	10	10
15	W0G	2	1	1
16	«Міжнародні авіалінії України»	6	6	3

Джерело: сформовано авторами

визначає рівень його конкурентоспроможності завдяки особливостям та унікальності продукції, техніки та технологій, методів організації виробництва та збуту тощо. Отримані результати доцільно використати у дослідженнях щодо формування та розвитку конкурентних переваг підприємства.

Запропонований у роботі інтегральний рейтинг дозволяє оцінити рівень конкурентоспроможності компаній порівняно з попередніми періодами та зробити висновок про доцільність інвестиційних вкладень.

Автори рекомендують застосовувати представлений інструментарій при розробці конкурентної стратегії підприємства.

Наступним етапом у дослідженні є аналіз послідовності використання конкурентних переваг підприємства. Для цього можна використати порівняння затрат, понесених на забезпечення конкурентоспроможності підприємства з очікуваним та отриманим ефектом від використаних підприємством конкурентних переваг.

Список використаних джерел:

1. Козлова А. І. Етапи формування стратегій інноваційного розвитку в країнах ЄС. *Бізнесінформ*. 2013. № 4. С. 82-85. URL: www.business-inform.net.
2. Хайек Ф. Конкуренция как процедура открытия. *Мировая экономика и международные отношения*. 1989. № 12. С. 6-14.
3. Markina I., Voronina V., Aksiuk Y. (2018). Marketing information for holding leading positions in the market segment of the grain processing enterprises. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018)*. № 217. P. 193-201. URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icseal-18/25904312>.
4. Менар К. Экономика организации / пер. с франц. под ред. А.Г. Худокормова. М.: ИНФРА, 1996. 160 с.
5. Бест М. Новая конкуренция. Институты промышленного развития. М.: ТЕИС, 2002. 350 с.
6. Дамодаран А. Инвестиционная оценка: Инструменты и методы оценки любых активов / пер. с англ. 3-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. 1324 с.
7. Porter M. E. *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction*. New York: Free Press, 1980. 398 p.
8. Zos-Kior M., Hnatenko I., Isai O., Shtuler I., Samborskyi O., Rubezhanska V. Management of Efficiency of the Energy and Resource Saving Innovative Projects at the Processing Enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*. 2020. Vol. 42. № 4. P. 504-515. URL: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2031/1482>
9. Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. 401 с.
10. Gregersen H. M., Arnold J. E. M., Lundgren A. L., Contreras A. (1995). *Hermosilla Valuing forests: context, issues and guidelines*, 1995 (E F S) FAO FORESTRY PAPER 127. URL: <http://www.fao.org/3/v7395e/v7395e00.htm>.
11. Милль Дж. Основы политической экономии. М.: Прогресс, 1980. 457 с.
12. ТОП 1000 крупнейших компаний Украины по доходам в 2020 году. URL: <https://youcontrol.com.ua/ru/data-research/top-1000-naybilshykh-kompaniy-ukrayiny-za-dokhodamy-u-2020-rotsi/>
13. 100 крупнейших частных компаний Украины 2020. URL: <https://forbes.ua/ru/ratings/100-naybilshikh-privatnikh-kompaniy-ukraini-02112020-408>
14. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
15. Novorukha V. B. (2017). Mathematical methods and models of forecasting in the field of foreign economic activity. *Questions of applied mathematics and mathematical modeling*. № 17. P. 54-61.
16. Babii I. V. (2017). Application of mathematical modeling methods in forecasting foreign economic activity of machine-building enterprises. *Intelligence XXI*. № 6. P. 29-32.

References:

1. Kozlova A. I. (2013) Etapy formuvannia stratehii innovatsiinoho rozvytku v krainakh YeS [Stages of Formation of Strategies of Innovative Development in the EU Countries]. *BusinessInform*, no. 4, pp. 82-85. Available at: www.business-inform.net (accessed 10 January 2022).
2. Hayek F. (1989) Konkurentsia kak protsedura otkrytiya [Competition as a procedure of discovery]. *World Economy and International Relations*, no. 12, pp. 6-14.
3. Markina I., Voronina V., Aksiuk Y. (2018) Marketing information for holding leading positions in the market segment of the grain processing enterprises. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research: Proceedings of the 2nd International Conference on Social, Economic and Academic Leadership (ICSEAL 2018)*, vol. 217, pp. 193-201. Available at: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icseal-18/25904312> (accessed 31 January 2022).
4. Menar K. (1996) *Ekonomika organizatsii* [Economics of organization]. Moscow: INFRA. (in Russian)
5. Best M. (2002) *Novaya konkurentsia. Instituty promyshlennogo razvitiya* [The New Competition. Institutes of Industrial Development]. Moscow: TEIS. (in Russian)
6. Damodaran A. (2006) *Investitsionnaya otsenka: Instrumenty i metody otsenki lyubyyh aktivov* [Investment Appraisal: Instruments and Methods of Valuation of Any Assets]. Moscow: Alpina Business Books. (in Russian)
7. Porter M. E. (1980) *Competitive strategy: techniques for analyzing industries and competitors: with a new introduction*. New York : Free Press.
8. Zos-Kior M., Hnatenko I., Isai O., Shtuler I., Samborskyi O., Rubezhanska V. (2020) Management of Efficiency of the Energy and Resource Saving Innovative Projects at the Processing Enterprises. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, vol. 42. no. 4. pp. 504-515. Available at: <https://ejournals.vdu.lt/index.php/mtsrbid/article/view/2031/1482> (accessed 15 February 2022).
9. Schumpeter J. A. (1982) *Teoriya ekonomicheskogo razvitiya* [Theory of Economic Development]. Moscow: Progress.
10. Gregersen H. M., Arnold J. E. M., Lundgren A. L., Contreras A. (1995) *Hermosilla Valuing forests: context, issues and guidelines*, (E F S) FAO FORESTRY PAPER 127. Available at: <http://www.fao.org/3/v7395e/v7395e00.htm> (accessed 12 February 2022).

11. Mill Dzh. (1980) *Osnovy politicheskoy ekonomii* [Foundations of Political Economy]. M.: Progress.
12. TOP 1000 krupneyshih kompaniy Ukrainyi po dohodam v 2020 godu [Top 1000 largest companies in Ukraine by income in 2020]. Available at: <https://youcontrol.com.ua/ru/data-research/top-1000-naybilshykh-kompaniy-ukrayiny-za-dokhodamy-u-2020-rotsi/> (accessed 12 February 2022).
13. 100 krupneyshih chastnyih kompaniy Ukrainyi 2020 [The 100 largest private companies in Ukraine 2020]. Available at: <https://forbes.ua/ru/ratings/100-naybilshikh-privatnikh-kompaniy-ukraini-02112020-408> (accessed 16 February 2022).
14. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainyi [Official site of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
15. Hovorukha V. B. (2017) Mathematical methods and models of forecasting in the field of foreign economic activity. *Questions of applied mathematics and mathematical modeling*, no. 17, pp. 54-61.
16. Babii I. V. (2017) Application of mathematical modeling methods in forecasting foreign economic activity of machine-building enterprises. *Intelligence XXI*, no. 6, pp. 29-32.

УДК 330.341.1:338.658.7

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-6>

Гнилянська Л. Й.

кандидат економічних наук, доцент,
Національний університет «Львівська політехніка»
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2924-7165>

Дорошенко В. І.

здобувач вищої освіти,
Національний університет «Львівська політехніка»Gnylianska Lesia, Doroshenko Viktoriya
National University «Lviv Polytechnic»

ЗАХОДИ З УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЮ НА ПП «НВП «СПАРИНГ-ВІСТ ЦЕНТР»

Глобалізація ринків з одного боку дає право споживачу на вибір кращого, з іншого боку змушує виробника шукати нові засоби для підвищення якості та ефективності з найменшими витратами. Всі ці чинники ведуть до активного розвитку систем і методів управління якістю та ефективністю, враховуючи при цьому побажання споживачів, пошуком слабких місць у виробництві і найкращого коригування всього процесу з метою подальшого успішного розвитку. Ефективний розвиток підприємства в ринковому середовищі можливий лише за умов постійного вдосконалення його діяльності, підтримання здобутих і формування нових конкурентних переваг. Визначення сфер і напрямів інноваційної діяльності, обґрунтування і вибір інноваційних проектів має стати одним з пріоритетних напрямків розвитку будь-якого підприємства. Проблема ефективності розробки та реалізації інноваційного проекту викликає необхідність у дослідженні підходів, методів та особливостей впровадження проекту.

Ключові слова: управління, підприємство, інноваційний проект, витрати, економічна ефективність, енергозбереження.

MEASURES TO IMPROVE MANAGEMENT ENERGY EFFICIENCY ON PE "RPPE "SPARING-VIST CENTER"

The article substantiates and develops practical recommendations for the research and implementation of an innovative project at the enterprise. The essence of the innovative project is the achievement of specific strategic goals of this company or group of persons engaged in the implementation of the relevant project through the implementation of certain innovations in conditions that create certain restrictions, which include the period of project implementation, human, as well as financial resources. In particular, measures to improve the implementation of innovative projects of the enterprise are presented. The problem of the effectiveness of the development and implementation of an innovative project is the need to study the approaches, methods and features of the project implementation. In the process of researching the implementation of an innovative energy saving project, the company's activities were applied: methods of analysis and comparison, financial and economic (for the study of the state of economic, economic and innovation activities) and graphic (for the visual presentation of the results of the study) analyses of the enterprise. To obtain analytical information, the data of statistical reporting and internal reporting of the Private Enterprise "Scientific and Production Private Enterprise "Sparring-Vista Center" were used. The trends in the development of the main indicators of activity are investigated, innovative projects are evaluated and alternatives to the introduction of innovative energy saving projects into the activities of the Private Enterprise are proposed. The development and implementation of an innovative project in the system of innovative management is based on the process of making management decisions that will ensure its success and economic efficiency. The work has developed practical recommendations for the research and implementation of measures to improve the management of energy efficiency of the enterprise. The system of management of innovative projects is presented of the Private Enterprise "Scientific and Production Private Enterprise "Sparring-Vista Center". The dynamics of electricity costs is analyzed and presented and the processes of development and implementation of the energy saving strategy as a tool for managing the energy efficiency of the enterprise are proposed, which takes into account the conditions and features of the functioning of its energy supply systems and allows solving key problems of efficient use of energy resources in the long term. The main types of energy-saving measures that take into account the mechanism of implementation of energy consumption technologies and affect the choice of energy saving strategy at the enterprise are identified. Attention is focused on the formation of the sequence of development of the implementation program energy management systems at the enterprise.

Keywords: management, enterprise, innovative project, costs, economic efficiency, energy saving.

JEL classification: C10, C19, D29, D31, L10, L15, L23, M21

Постановка проблеми. Утвердження інноваційної моделі розвитку національної економіки забезпечить її конкурентоспроможність та вихід на траєкторію сталого розвитку. Тому перехід до інноваційної моделі розвитку національної економіки поступово стає імперативом державної політики. Це полягає, насамперед, у встановленні ефективного правового регулювання

відносин у сфері інновацій. На сучасному етапі розвитку економіки найбільш перспективними в плані інвестування є проекти з високим інноваційним потенціалом. Ефективний розвиток підприємства у ринковому середовищі можливий лише за умов постійного вдосконалення його діяльності, підтримання здобутих і формування нових конкурентних переваг.

Визначення сфер і напрямів інноваційної діяльності, обґрунтування і вибір інноваційних проектів у сучасних умовах має стати одним з пріоритетних напрямків розвитку кожного підприємства. Проблема ефективності розробки та реалізації інноваційного проекту викликає необхідність у дослідженні підходів, методів та особливостей впровадження проекту. Важливо вірно обґрунтувати доцільність реалізації інноваційного проекту, адже в сучасних умовах не кожне підприємство здатне собі дозволити зайві витрати, викликані неправильною оцінкою інноваційного проекту та наслідків його реалізації. Розробка та реалізація інноваційного проекту в системі інноваційного управління засновується на процесі прийняття управлінських рішень, які забезпечать його успіх та економічну ефективність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вітчизняні вчені досліджують проблематику впровадження інноваційних проектів. У науковій літературі значну роль приділено опису фаз реалізації інноваційних проектів. Зокрема, слід відзначити праці І.О. Жувагіна [1]. А також оцінюванню ризиків інновацій, стимулюванню працівників підприємств до розвитку інноваційної діяльності, методичним підходам із формування системи маркетингу інноваційної діяльності. У цих напрямках можна виокремити праці К.О. Бояринова, А.С. Панін [2] та Ю.А. Малахова, М.О. Хобта, Т.М. Гончар [3], Янковець Т.М. [4], Юринець З. В. [5].

Незважаючи на велику кількість наукових праць і значні досягнення в теорії та практиці управління інноваційною діяльністю, є частина питань, які залишаються постійним об'єктом дискусій. До них слід віднести теоретичні та методико-прикладні основи впровадження інноваційних проектів енергозбереження.

Мета статті полягає в теоретичному обґрунтуванні та розробленні практичних рекомендацій щодо дослідження та впровадження інноваційного проекту на підприємстві, зокрема Приватного підприємства «Науково-виробниче приватне підприємство «Спаринг-Віст Центр». Досягнення поставленої мети зумовлює дослідити теоретичні засади поняття інноваційний проект, розкрити сутність, структуру та типологію інноваційного проекту; визначити специфіку впровадження інноваційних проектів на підприємствах; на базі Приватного Підприємства «Науково-виробниче приватне підприємство «Спаринг-Віст Центр» здійснити аналіз про загальний стан та характеристику інноваційної діяльності на підприємстві; здійснити дослідження тенденцій інноваційної діяльності; виявити необхідність та можливості впровадження інноваційного проекту у діяльність підприємства; проаналізувати енергоспоживання підприємства; розробити інноваційний проект побудови системи енергоменеджменту на підприємстві та розрахувати його техніко-економічні показники; визначити особливості реалізації проекту й оцінити економічну ефективність проекту.

Виклад основного матеріалу. Ефективний розвиток підприємства у ринковому середовищі можливий лише за умов постійного вдосконалення його діяльності, підтримання здобутих і формування

нових конкурентних переваг. Визначення сфер і напрямів інноваційної діяльності, обґрунтування і вибір інноваційних проектів у сучасних умовах має стати одним з пріоритетних напрямків розвитку кожного підприємства. Проблема ефективності розробки та реалізації інноваційного проекту викликає необхідність у дослідженні підходів, методів та особливостей впровадження проекту. Важливо вірно обґрунтувати доцільність реалізації інноваційного проекту, адже в сучасних умовах не кожне підприємство здатне собі дозволити зайві витрати, викликані неправильною оцінкою інноваційного проекту та наслідків його реалізації. ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» після 27 років на ринку є виробником №1 в Україні, має більше 30 власних розробок, має повний цикл науково-виробничої діяльності: розробка засобів радіаційного контролю, серійне виробництво засобів радіаційного контролю та їх сервісне обслуговування, розробка спеціалізованого програмного забезпечення. Підприємство отримало усі необхідні сертифікати, дозволи і ліцензії для здійснення діяльності в галузі приладобудування. Провело сертифікацію і внесене в Державний реєстр вимірювальної техніки України та державні реєстри ряду інших країн світу. Якість продукції є пріоритетом, тому підприємство приділяє особливу увагу якості і безпеці усіх видів продукції, яка виробляється, та інвестує в інновації в якість. На підприємстві впроваджена Система менеджменту якості, про що свідчить сертифікат відповідності стандарту ISO 9001-2008, виданий Міжнародним товариством «BUREAU VERITAS», є гарантією стабільної якості, включно із процесами розробки приладів, їх виготовлення, постачання замовнику, а також гарантійного та післягарантійного обслуговування. Впровадження системи менеджменту на підприємстві, а також її сертифікація та постійний аудит, дозволять компанії з упевненістю заявити про те, що її діяльність повністю відповідає міжнародним стандартам і підвищує довіру з боку замовників і партнерів. Сертифікація систем менеджменту гарантує споживачам високу ступінь надійності даної компанії. Підприємство активно співпрацює з іншими організаціями у галузі науково-інноваційних досліджень і розробок (наприклад, з НУ «Львівська політехніка»), бере участь у національних і міжнародних науково-технічних виставках і конференціях. На рис. 1 представлено систему управління інноваційними проектами ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр».

Підприємство для здійснення інноваційної стратегії забезпечене інтелектуальною власністю та правами на неї. Промислово-виробничий персонал підприємства в достатній кількості забезпечений основними виробничими фондами.

Система управління інноваційними проектами на досліджуваному підприємстві використовує системний підхід, який дозволяє спростити процес управління проектами, за допомогою сукупності принципів, методів та інструментів, механізмів управління інноваційними проектами. На підприємстві створений інноваційний відділ. Задачі та функції інноваційного відділу визначені таким чином (табл. 1):

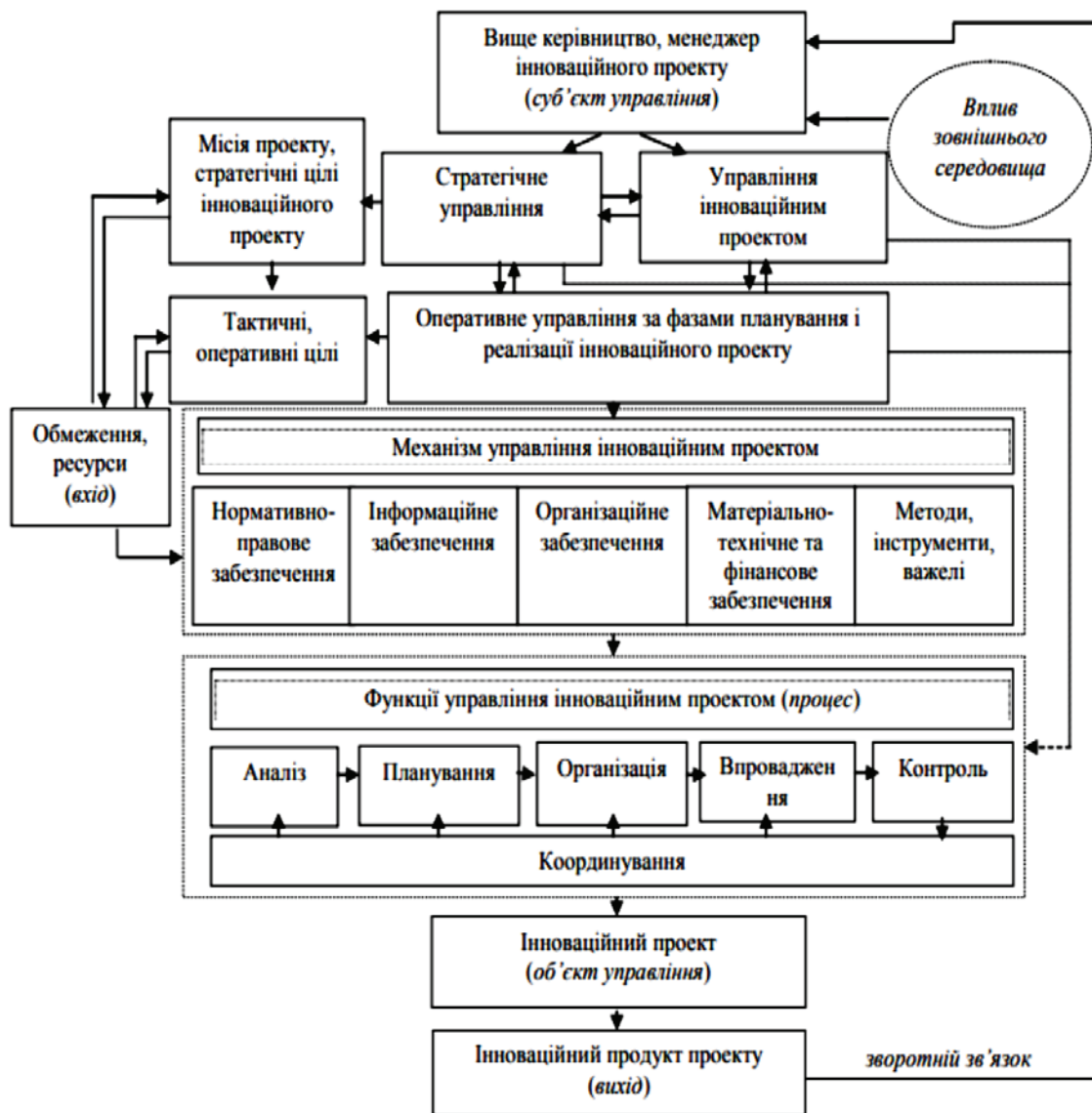


Рис. 1 Система управління інноваційними проектами ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

Джерело: розроблено авторами на основі даних підприємства.

Система управління інноваційними проектами на досліджуваному підприємстві використовує системний підхід, який дозволяє спростити процес управління проектами, за допомогою сукупності принципів, методів та інструментів, механізмів управління інноваційними проектами.

Рівень інноваційної діяльності підприємства є важливим показником для його конкурентоспроможного існування в довгостроковій перспективі.

Для дослідження тенденцій інноваційної діяльності розглянемо структуру необоротних активів підприємства. Аналіз структури необоротних активів ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» наведений нижче в табл. 2.

Як бачимо, частка об'єктів інтелектуальної власності в необоротних активах постійно зростає.

Серед науково-інноваційних доробків підприємства можна відзначити: патент України: Система для моніторингу радіаційного стану довкілля та персональної дозиметрії, номер свідоцтва – 98093; патент України: Генератор псевдовипадкових імпульсних

сигналів, номер свідоцтва – 91068; патент України: Дозиметричний пристрій, номер свідоцтва – 36248; створення та впровадження в серійне виробництво комплексу засобів для вимірювання параметрів іонізуючих випромінювань; розробка переносного імітатора запитувача для бортових відповідачів системи держрозпізнавання «Пароль»; розробка композитного полімерного покриття для екранування електро-магнітного випромінювання від електронної апаратури. Новітнім доробком підприємства стала розробка програмних додатків «RadReader» та GS Ecotest, призначених для безконтактного зчитування результатів дозиметричних вимірювань з дозиметрів. Обидві програми захищені авторським правом № 96777 та № 47567 відповідно. Програма GS Ecotest доступна на Google Play. Розглянемо динаміку витрат на споживання електроенергії, на центральне опалення, на водопостачання і водовідведення та загальні витрати на енергоспоживання на підприємстві ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» за останні 2017-2021 роки (рис. 2-5).

Таблиця 1

Задачі і функції інноваційного відділу ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

№	Задачі	Функції
1	Забезпечення єдиної політики підприємства в науково-технічній, промисловій та інноваційній сферах.	- Розробка пріоритетів науково-технічного розвитку, виявлення критичних технологій на підприємстві. - Розробка пропозицій по реформуванню науково-технічної й інноваційної діяльності підприємства. - Розробка пропозицій по реалізації стратегії розвитку науково-технічної, промислової та інноваційної сфер на короткостроковий і середньостроковий періоди.
2	Забезпечення ефективної взаємодії і координації діяльності структурних підрозділів підприємства у визначенні шляхів перетворення і розвитку науково-технічної та інноваційної сфер щодо умов ринкової економіки.	- Визначення стратегічних інноваційних напрямків. - Аналіз стану науково-технічної й інноваційної сфер. - Координація діяльності по науково-технічному і технологічному співробітництву в зовнішній кооперації.
3	Підвищення конкурентоздатності науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт.	- Підготовка пропозицій по стимулюванню інноваційної діяльності.
4	Підтримка і розвиток науково-технічного та інноваційного потенціалів підприємства.	- Сприяння в організації контролю за реалізацією проєктів, що належать до компетенції відділу. - Взаємодія з науково-дослідними інститутами, організаціями.
5	Випуск наукомісткої продукції	- Випуск наукомісткої продукції - Вироблення й узгодження пропозицій по фінансуванню пріоритетних фундаментальних і прикладних досліджень, цільових науково-технічних і інноваційних програм.

Джерело: розроблено авторами на основі даних підприємства

Таблиця 2

Структура необоротних активів ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

	2018 рік	Частка, %	2019 рік	Частка, %	2020 рік	Частка, %	2021 рік	Частка, %
Необоротні активи (тис. грн.)	36688		57125		65518		51323	
Нематеріальні активи (тис. грн.)	544	1,48	650	1,13	1730	2,6	1677	3,2
Основні засоби (тис. грн.)	9166	25	9743	17,05	8067	12,31	10137	19,75
Незавершені капітальні інвестиції (тис. грн.)	26789	73,01	46395	81,21	55360	84,5	39172	76,32

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.

Частка витрат на споживання електроенергії в загальних витратах на енергоспоживання складає близько 83%. Витрати на водопостачання і водовідведення та центральне опалення теж зростають, хоч і не так стрімко. Як бачимо, зміна вартості енергоносіїв відбувається надзвичайно швидкими темпами, що призводить до підвищення витрат на виготовлення та реалізацію продукції та послуг, загострення конкурентної боротьби між підприємствами. Одночасно це негативно впливає на виробничо-господарські та фінансові показники активності підприємства. Вибір тієї або іншої стратегії енергозбереження залежить, перш за все, від цілей підприємства та його потенційних можливостей щодо реалізації стратегії. Крім того, в умовах економічної самостійності підприємств одним з головних критеріїв вибору стратегії впровадження технологій енергозбереження та стимулювання процесів впровадження енергозберігаючих заходів є оцінки їх економічної ефективності. Оскільки досліджуване підприємство здійснює свою діяльність у орендованих приміщеннях, запровадження таких базових технологічних заходів як впровадження стандартів енергоефективності будівель, обладнання, систем вентиляції та водопостачання, які потребують підтримки банків та лізингових компаній, або таких високовартісних

та високоєфективних заходів як перехід до альтернативних джерел енергопостачання, зокрема, сонячних модулів, є недоцільним, тим більше що Львівська область знаходиться в регіоні з найнижчою інсоляцією в Україні. Доцільним буде вжити організаційні заходи швидкої віддачі, які можна розробити менш ніж за один рік і які можуть мати значний ефект при помірному рівні витрат (наприклад, внутрішній енергоаудит; складання енергетичного паспорту підприємства; інформаційна кампанія щодо підвищення рівня обізнаності співробітників в питаннях енергоефективності; мотивація енергозберігаючої поведінки; застосування права розпоряджатися коштами від економії енергоресурсів; встановлення правил використання енергоефективних технологій).

У сучасних умовах ринку постійно підвищуються вимоги щодо інноваційних проєктів, які можуть фінансуватися тільки після економічного оцінювання. Потрібно зважати на той факт, що ПП «Спаринг-Віст Центр» буде свою діяльність керувачись досягненням локальних цілей, насамперед можливості успішно провадити діяльність на ринках продукування нових товарів та послуг, які з'являються внаслідок впровадження новітніх технологій. Кінцевим результатом інноваційної діяльності підприємства є пропонування конкурен-



Рис. 2. Витрати на електроенергію на ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.



Рис. 3. Витрати на центральне опалення на ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.

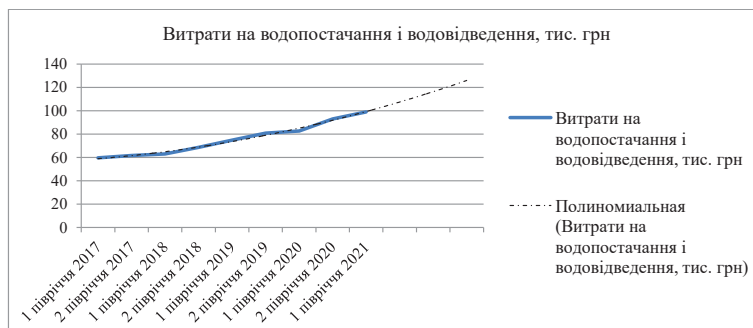


Рис. 4. Витрати на водопостачання і водовідведення на ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.

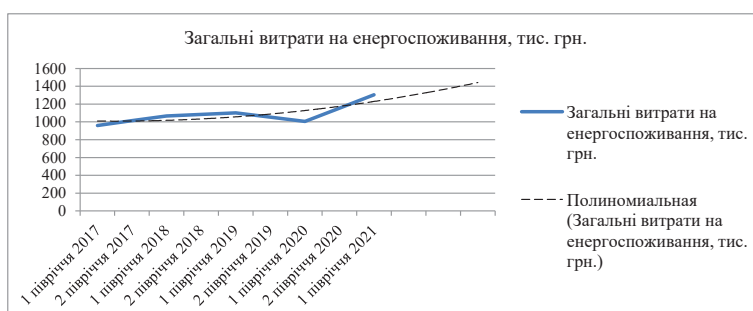


Рис. 5. Загальні витрати на енергоспоживання на ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр»

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.

госпроможної продукції і зміцнення власних позицій на ринку, а також покращення свого фінансового стану. Впровадження стратегії енергозбереження на підприємстві повинно передбачати комплексний підхід до вирішення управлінських завдань і чітку формалізацію кожного з його етапів.

1. Формування комплексу цільових показників, що розраховуються на основі індикаторів (параметрів енергетичного стану підприємства). Цільові показники необхідні для планування та оцінки ефективності процесів енергозбереження підприємства і його структурних елементів (систем енергозабезпечення, підрозділів, будівель тощо). Тому вони відображають плановий і фактичний рівні реалізації стратегічних завдань і підлягають щорічній корекції з урахуванням ряду факторів: фактичного відхилення показників від заданих значень за звітний період; оцінки фактичної ефективності заходів в області енергозбереження; зміни рівня технічного і технологічного розвитку; оцінки економічної ситуації та інші.

2. Планування та виконання точкових і комплексних заходів в області енергозбереження. Механізм реалізації заходів повинен мати чіткий взаємопов'язаний алгоритм дій з ясним прогнозованим результатом, відповідати державним та галузевим нормативно-правовим документам, корелювати з раніше прийнятими на підприємстві цільовими програмами та рішеннями. Для кожного заходу повинні бути визначені виконавці, обсяги та джерела фінансування, а також схеми залучення коштів. З урахуванням встановлених стратегією тимчасових обмежень формується план-графік реалізації заходів.

3. Контроль процесів енергозбереження. Стратегія передбачає необхідність впровадження на підприємстві ефективної системи моніторингу, аналізу та прийняття рішень, що забезпечує розподіл зон відповідальності за виконання заходів, а також адаптивне управління процесами енергозбереження з урахуванням можливих ризиків та інших факторів організаційного, технічного, соціального і економічного характеру.

До основних ефектів від реалізації стратегії енергозбереження промислового підприємства можуть бути віднесені: збільшення продуктивності технологічних установок та обладнання в разі впровадження заходів щодо технологічного енергозбереження, зниження енерговитрат на одиницю продукції та поліпшення її якості; економія енергії та інших ресурсів, що приводить до зниження матеріальних витрат та собівартості продукції; скорочення платежів підприємства за забруднення навколишнього середовища в зв'язку із зменшенням кількості витрачених паливно-енергетичних ресурсів.

Але можуть мати місце і негативні результати: зростання загального обсягу основних фондів підприємства; зростання матеріальних витрат (незважаючи на економію енергоресурсів); зростання експлуатаційних витрат на утримання енергозберігаючого обладнання та установок; зростання чисельності обслуговуючого персоналу тощо.

Одним з основних напрямків стимулювання енергозбереження та підвищення енергоефективності є впровадження системи енергетичного менеджменту, моніторингу енергоспоживання (обстеження системи обліку електроенергії, розробка раціональних заходів

економії електроенергії та реальних лімітів на її споживання), розробка енергетичних бюджетів, аналіз існуючих показників, як основи складання нових бюджетів, розроблення енергетичної політики, планування нових енергозберігаючих заходів згідно вимог серії стандартів ISO 50001.

Він базується на основі циклу безперервного поліпшення і включає енергоменеджмент в щоденну практичну діяльність організацій.

Цей стандарт призначений для: допомоги організаціям в більш ефективному використанні існуючих енергоємних активів; забезпечення прозорості та спрощення інформування про раціональне використання енергетичних ресурсів; сприяння впровадженню кращої практики управління енергетикою і стимулювання раціонального використання енергії; допомоги при оцінці об'єктів і пріоритетності впровадження нових енергозберігаючих технологій; створення умов для підвищення енергоефективності в ланцюзі постачань; вдосконалення енергетичного менеджменту в проєктах із скорочення викидів парникових газів; інтеграції з іншими системами управління організацій, такими як якість (ISO 9001), екологічні системи (ISO 14001) та системи менеджменту охорони праці (OHSAS 18001).

Ефекти від впровадження системи енергетичного менеджменту (СЕНМ):

- економічний – підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок зниження собівартості продукції;
- корпоративний – зміцнення корпоративної культури підприємства за рахунок залучення працівників усіх рівнів до процесу енергозбереження, єднання колективу для досягнення спільної мети;
- іміджевий – створення іміджу успішної, прогресивної та перспективної компанії.

Досягнення значущого ефекту від реалізації політики енергозбереження можливе за умови реалізації не тільки технічних рішень, а й застосуванні більш досконалого механізму управління енергозбереженням – системи енергетичного менеджменту.

Відповідно тому пропонується наступна послідовність розробки програми впровадження СЕНМ на підприємстві. Спершу необхідно розробити політику енергозбереження підприємства.

Найвище керівництво має призначити представника менеджменту з певним колом відповідальності та повноважень для:

- створення, впровадження та експлуатації системи енергоменеджменту;
- доповіді вищому керівництву про ефективність системи;
- доповіді вищому керівництву про підвищення енергетичної ефективності;
- визначення осіб, затверджених на відповідний рівень менеджменту та роботи з ними щодо забезпечення активності системи енергоменеджменту;
- планування та управління діяльністю енергоменеджменту для виконання енергетичної політики організації;
- визначення обов'язків та передачі повноважень з метою сприяння ефективному енергоменеджменту;
- визначення критеріїв та методів, необхідних для забезпечення функціонування та управління системою енергетичного менеджменту;

– поширення розуміння енергетичної політики та енергетичних цілей на всіх рівнях організації. Необхідно внести дані доповнення та зміни до посадової інструкції.

Наступним кроком є сама розробка програми енергозбереження підприємства, з метою аналізування та оцінення місця виникнення значного енергоспоживання.

Приймаючи рішення щодо впровадження системи енергоменеджменту, організація насамперед встановлює поточний стан справ у галузі енергоспоживання.

Це є відправною точкою розробки та підтримки системи енергоменеджменту, адаптованої до цієї організації.

Організація повинна:

– створити, документально підтвердити, впровадити та підтримувати систему енергетичного менеджменту у відповідність до вимог цього стандарту;

– визначити та документально підтвердити масштаби та межі своєї системи енергетичного менеджменту;

– визначити та задокументувати, яким чином вона задовольнятиме вимоги цього стандарту з метою забезпечення безперервного вдосконалення енергетичної ефективності та її системи енергетичного менеджменту.

Пропонуємо план заходів по розробці та впровадженню СЕнМ:

1. Визначення додаткового об'єму робіт по розробці та впровадженню;

2. Проведення діагностичного аудиту відповідно з ISO 50001. Складання звіту із вказівкою проблемних ділянок, ризиків та рекомендацій з розвитку СЕнМ;

3. Проведення аналізу діючої нормативної документації та розпоряджень у частині відповідності ISO. Складання переліку документів, що підлягають перегляду, внесенню змін та розробці наново;

4. Проведення навчання в робочій групі за вимогами ISO;

5. Навчання персоналу основам міжнародних стандартів ISO;

6. Визначення галузі застосування та меж СЕнМ підприємства;

7. Призначення представника керівництва з СЕнМ із внесенням змін в посадову інструкцію;

8. Інформування персоналу підприємства про початок робіт з розробки та впровадженню СЕнМ;

9. Розробити обов'язкові елементи СЕнМ: розробити енергетичну політику та цілі в галузі; визначити енергоаспекти ідентифікувати процеси СЕнМ підприємства, створити процесний ландшафт СЕнМ (схеми взаємодій та взаємозв'язків процесів); розробити енергетичний профіль, індикатори енергетичної ефективності, цілі, завдання та плани дій, оцінки енергоефективності; розробити обов'язкове документування процедури СЕнМ, в тому числі керівництво по СЕнМ; розробити процедуру доступу до застосовуваних законодавчих вимог, які підприємство зобов'язується виконувати; розробити процедуру енергетичного аналізу та застосовані методології та критерії; розробити енергетичну базову лінію за підсумками первісного енергетичного аналізу; провести зовнішнє інформування в частині енергетичної політики, СЕнМ,

енергетичних результатів; розробити процедуру ідентифікації операцій та діяльності, які відносяться до значного споживання енергії; розробити критерії для оцінювання споживання енергії, витрати енергії та енергоефективності при закупівлях енергоспоживаючої продукції, обладнання та послуг, які можуть здійснити істотну дію на енергоефективність підприємства; розробити процедуру моніторингу, виміру та аналізу ключових характеристик операцій, визначення енергоефективності із запланованою періодичністю; розробити процедуру зовнішнього аудиту СЕнМ; розробити процедуру розгляду фактичних та потенційних невідповідностей; розробити процедуру управління записами; розробити процедуру аналізу з боку вищого керівництва;

10. Проведення перевірки розробок документації СЕнМ підприємства;

11. Ввести в дію СЕнМ в інтегровану систему якості на підприємстві;

12. Доведення до відома персоналу вимог, встановлених розроблених документів СЕнМ, відповідальності та повноважень: застосування на практиці вимог описаних в документах СЕнМ; забезпечення обліку енергетичних аспектів у всіх видах діяльності підприємства; застосування моніторингу та виміру енергетичних аспектів;

13. Проведення блоку зовнішніх аудитів. Складання обліків, які містять об'єктивні властивості функціонування СЕнМ;

14. Підготовка та проведення аналізу СЕнМ з боку керівництва;

15. Проведення передсертифікаційного аудиту впровадженної СЕнМ;

16. Усунення невідповідностей, які виявляють за результатами проведення передсертифікаційного аудиту;

17. Проведення сертифікованого аудиту СЕнМ відповідно ISO.

Календарний план реалізації програми впровадження СЕнМ наведений в табл.3.

Дослідження і впровадження заходів системи енергетичного менеджменту розраховані на 1 рік.

Таблиця 3
Календарний план реалізації програми впровадження СЕнМ ПП «НВПП «Спаринг-Віст Центр»

№ заходу	1 квартал	2 квартал	3 квартал	4 квартал
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				

Джерело: складено авторами на основі даних підприємства.

Висновки. Забезпечення та підвищення ефективності виробничої діяльності промислових підприємств досягається не тільки за рахунок впровадження нових енергозберігаючих технологій, а й за рахунок змін у методах і способах управління. Система енергоменеджменту дає змогу оптимізувати витрати на енергетичні ресурси і постійно поліпшувати свою енергоефективність у цілому.

Основна ідея вирішення управлінської проблеми підвищення рівня енергоефективності полягає у послідовному застосуванні системного підходу до енергоменеджменту.

Головною метою енергоменеджменту є скорочення витрат підприємства на виробництво продукції за рахунок зниження витрат на паливно-енергетичні та інші ресурси. Основними функціями енергоменеджменту є планування, організація, кадрове забезпечення, здійснення контролю, тобто енергетичний менеджмент включає функції управління, організації, розподілу обов'язків та відповідальність, проце-

дури і ресурси, у тому числі фінансові, кадрові, матеріальні та ін. Впровадження системи енергетичного менеджменту з метою оптимізації енерговитрат ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» дозволить збільшити чистий дохід ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» на 1% (до 106782,25 тис. грн.), сукупний прибуток ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» збільшиться на 2,26% (до 17497,408 тис. грн.), його чистий прибуток також зросте на 2,26% (до 14208,39 тис. грн.), повна собівартість реалізованої підприємством продукції зменшиться на 0,453% (до 84305,592 тис. грн.), активи ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» зростуть на 0,2% (до 191239,408 тис. грн.), власний капітал – на 0,52% (до 74581,408 тис. грн.), кредиторська заборгованість підприємства не зміниться, також зміниться капіталовіддача товарної продукції (зменшиться на 5,56 %) та показники рентабельності ПП «НВП «Спаринг-Віст Центр» (активів на -0,638%, власного капіталу – на -1,5%; реалізованої продукції – на -4,28%).

Список використаних джерел:

1. Жувагіна І. О. Тенденції інноваційного розвитку соціально-орієнтованої економіки країни. *Ефективна економіка*. № 3., 2021
2. Бояринова К. О., Панін А. С. Економічна диверсифікація як інноваційний підхід в управлінні розвитком підприємств енергетичного сектору. *Ефективна економіка*. №10., 2021
3. Малахова Ю. А., Хобга М. О., Гончар Т. М. Зарубіжний досвід стимулювання інвестиційної активності підприємств. *Ефективна економіка*. № 2., 2021
4. Янковець Т. М. Управління інноваційними проектами і програмами для забезпечення економічної безпеки підприємств. *Проблеми науки*. №2.. 2019. С. 26-31.
5. Юринець З. Інноваційний потенціал і державна інноваційна політика в системі підвищення конкурентоспроможності національної економіки. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 4. С. 35–37

References:

1. Zhuvagina I. O. (2021). *Tendentsii innovatsiynogo rozvitku sotsialno-orientovanoi ekonomiku* [Trends in the innovative development of the socio-oriented economy of the country]. *Efektivna ekonomika*. No. 3.
2. Boiarinova K. O., Panin A. S. (2021). *Ekonomichna diversifikatsia iak innovatsiyniy pidhid v upravlinni rozvitkom pidpriyemstv energetichnogo sektoru*. [Economic diversification as an innovative approach in managing the development of energy sector enterprises]. *Efektivna ekonomika*. No10.
3. Malahova Yu. A., Hobta M. O., Gonchar T. M. (2021). *Zarybizhniy dosvid stymulyvanna innovatsiynoi aktivnostipidpruemstv*. [Foreign experience in stimulating investment activity of enterprises]. *Efektivna ekonomika*. No 2.
4. Yankovets T.M. (2019). *Upravlinnya innovatsiynumu proektamu i programamu dlya zabezpechennya ekonomichnoi bezpeku pidpruyemstv*. [Management of innovative projects and programs to ensure the economic security of enterprises]. *Problemu nauku*. No 2. P. 26-31
5. Yurynets Z. V. (2016). *Innovatsiyniy potentsial i derzhavna innovatsiyna polityka v systemi pidvyschennya konkurentospromozhnosti natsionalnoyi ekonomiky*. [Innovative potential and public innovative policy in the system of increase of competitiveness of national economy]. *Investytsiyi: praktika ta dosvid* [Investments : of practical worker and experience], vol. 4, pp. 35–37 (in Ukrainian).

УДК 338.242.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-7>**Ільченко В. М.**кандидат економічних наук, доцент,
Університет митної справи та фінансів
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5414-1429>**Pchenko Viktoriia**

University of Customs and Finance

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО ЯК ІНДИКАТОР СВІДОМОСТІ СУСПІЛЬСТВА

Істотно зростає інтерес до соціального підприємництва як до нового напрямку наукових досліджень, так і до практичного виду діяльності. Суспільство все більше і більше потребує нових форм соціально спрямованої діяльності, однією з яких є соціальне підприємництво. Соціальні підприємництва змінюють життя людей, сприяють поліпшенню середовища їх існування, підвищують добробут, формують умови доступу соціально незахищених верств населення до благ сучасного світу. Соціальне підприємництво не виключає прибутковості, але на першому місці є вирішення соціальних проблем або створення соціальної цінності для допомоги суспільству. Для цього використовуються ефективні бізнес-моделі, які забезпечують сталий розвиток підприємству. У багатьох країнах соціальні підприємництва є індикатором найбільш прогресивного та «людяного» бізнесу.

Ключові слова: соціальне підприємництво, малий бізнес, місія, індикатор, криза.

SOCIAL ENTREPRENEURSHIP AS AN INDICATOR CONSCIOUSNESS OF SOCIETY

Significantly growing interest in social entrepreneurship as a new direction of research and practical activities. Social entrepreneurship should be positioned as an indicator of society's consciousness – they change people's lives, improve their living environment, increase welfare, create conditions for access of vulnerable groups to the benefits of the modern world. Social entrepreneurship does not exclude profitability, but in the first place there is the solution of social problems or the creation of social value to help society. To do this, use effective business models that ensure sustainable development of the enterprise. In many countries, social entrepreneurship is an indicator of the most progressive and "human" business.

In Ukraine, social entrepreneurship is a fairly new field of activity that is of great interest among various groups of concerned citizens and entrepreneurs. In today's reality, social entrepreneurship is becoming one of the important and effective tools for solving social problems, both for civil society and small and medium-sized businesses in Ukraine and a leader in various sectors of the economy of any developed country.

In the absence of regulatory framework and recognition of the status of a social enterprise, it is extremely difficult for this business to "survive". Therefore, to intensify social entrepreneurship it is necessary to: conduct active government incentives with various funds, provide preferences in taxation and lending, provide risk insurance, provide information support, pursue an awareness-raising policy among the population about the benefits of social enterprise, media, education in the field of social innovation, to involve successful social entrepreneurs in the exchange of experience in solving problems, especially during a pandemic and economic crisis. Social entrepreneurship and socially responsible business suffer the most from economic uncertainty and the lack of an effective state anti-crisis management policy. Social transformations in the field of social entrepreneurship include digital technological transformation, improving the quality and increasing social ties, exchanging experiences and ideas among incubators, fundraisers and support agents. All this will allow to overcome modern challenges and reach a new economic level.

Key words: social entrepreneurship, small business, mission, indicator, crisis.

JEL classification: F63, L31, M21

Постановка проблеми. Донедавна вважалося неможливим поєднати альтруїстичні ідеологічні та суто практичні напрямки, але суспільство знайшло вихід у соціальному підприємстві. Мета створення бізнесу – головна відмінність класичного підприємства від соціального. У першому випадку підприємство створюється для збагачення, у другому – для вирішення соціальних проблем.

В Україні соціальне підприємництво є досить новою сферою діяльності, яка викликає великий інтерес у різних груп небайдужих громадян та підприємців. У сучасних реаліях соціальне підприємництво стає одним із важливих та ефективних інструментів вирішення соціальних проблем, як для громадян-

ського суспільства, так і малого та середнього бізнесу в Україні та лідером у різних галузях економіки будь-якої розвиненої країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальне підприємництво на сьогоднішній день є одним з найсучасніших інструментів співпраці громади з бізнесом та владою й забезпечує соціальні перетворення, що частково розкрито в наукових працях А. Свинчук [2], А. Корнецького [2,3,5], Н. Гусак [2], В. Назарука [2], А. Туманової [2], В. Вольвач [4], Д. Попович, Ю. Заволоки, М. Сідненко, А. Івко [7], О. Фарат, В. Косовської [9], І. Каменко, Т. Виговської-Каменко [6], Н. Сіренко. Водночас, теоретичні підходи до усвідомлення соціального бізнесу як потужного партнера держави, як

активних свідомих помічників для вирішення соціальних проблем, як важливого самостійного напрямку соціально-економічних реформ потребують поглибленого вивчення. Також недостатньо досліджені питання «виживання» у статусі соціального підприємця, активізації соціального підприємництва в Україні. Зазначені прогалини послугували основою для виокремлення поля наукового пошуку в рамках статті.

Мета статті полягає у позиціонуванні соціального підприємництва як індикатора свідомості суспільства, дії в межах малого та середнього бізнесу як інструменту самофінансування громадських організацій для втілення соціальних перетворень.

Виклад основного матеріалу. Соціальне підприємство – відносно молодий бізнес-інструмент в Україні, який реагує на соціальні виклики за допомогою інноваційних концепцій, створює додаткову соціальну цінність і, водночас, приносить дохід для свого подальшого розвитку. У сучасних умовах зміна структури споживання та розвитку суспільства, що викликана об'єктивними факторами вичерпності ресурсів, перехід до нових форм ведення бізнесу з фокусом на вирішення різних соціальних питань, є необхідним, але в той же самий час довгим і складним процесом.

Соціальний бізнес виник на стику благодійності та традиційного бізнесу. Проблеми, які сьогодні існують у соціальній сфері, тісно пов'язані з можливостями людського розвитку, що безпосередньо впливає на здатність досягати цілей щодо підвищення добробуту країни.

Соціальні підприємства відіграють важливу роль у створенні робочих місць та економічному розвитку, що є пріоритетом для сучасної України. Підприємці, які приходять у соціальний бізнес, мотивовані не лише заробітком, а й прагнуть допомогти у вирішенні певної соціальної проблеми.

Місія соціальних підприємств у переважній більшості виражена в їх статутах. Соціальні підприємці часто досягають своєї місії, продаючи власну продукцію, а потім підтримують соціально-культурні заходи, проекти та програми [1].

Найчастіше соціальне підприємництво діє в рамках малого бізнесу. Завдяки здатності швидко адаптуватися до змін попиту та потреб на ринку, малі підприємства можуть запропонувати унікальний продукт чи послугу, які будуть актуальними під час цих змін.

Під соціальним підприємництвом розуміється систематична, в тому числі інноваційна, господарська діяльність, яка передбачає розв'язання соціальних проблем [2].

Для бізнесу соціальна діяльність є випадковою, тобто після накопичення надприбутку був створений спеціальний фонд. Для соціального підприємництва це не побічна діяльність, а основна. Так, якщо бізнес систематично віддає 10% свого доходу на соціальні потреби, це не означає, що він соціальний. Таку ситуацію слід розглядати як податкову знижку в рамках корпоративної соціальної відповідальності.

Організаційно-економічні принципи підприємництва слід розглядати в рамках концепції соціально-економічного явища – поєднання соціально-економічних засад у системі ринкової економіки. Така методична побудова пізнання вважається прийнятною, оскільки поглиблюється соціалізація економічних систем.

«Соціальні» проекти мають більший вплив на розвиток паблік рілейшнз, ніж традиційні. Однак провести чітку межу між «класичним» і «соціальним» бізнесом важко, оскільки багато підприємців не ідентифікують свої проекти як «соціальні». Як зазначає А. Корнецький, відомі соціальні підприємства не використовують цю назву у своєму позиціонуванні. В українському суспільному дискусії «соціальний» не може означати «якість», що, звісно, шкодить просуванню продукції таких підприємств. Тому соціальним підприємцям легше відмовитися від назви, яка в багатьох країнах вже стала показником найбільш прогресивного та «людяного» бізнесу [3].

Враховуючи соціально-економічну ситуацію в нашій країні, соціальне підприємництво є надзвичайно актуальним саме тому, що:

- все частіше обговорюється на різних рівнях, у тому числі державному, у різних колах громадян, серед підприємців та науковців та привертає увагу представників громадських організацій;

- використання підприємницьких підходів до вирішення соціальних проблем дозволяє менше розраховувати на бюджетне фінансування, через постійний дефіцит останнього;

- привертає увагу донорів, особливо зовнішніх;

- дозволяє брати участь у програмах пільгового кредитування та забезпечити більш стійкий розвиток соціального підприємництва [4].

Основною перешкодою на шляху активізації соціального підприємництва в Україні є те, що сьогодні в Україні воно не визнано законодавчо у правовому полі. Незважаючи на свою актуальність, термін «соціальне підприємництво» досі не закріплений у національному законодавстві. Окремою спробою в цьому напрямку можна вважати розгляд проекту Закону України «Про соціальні підприємства» (№ 10610 від 14.06.2012 р. та № 2508 від 11.03.2013 р.), які, на жаль, не були прийняті. Цими проектами передбачалося переведення визначення «соціальне підприємництво» в правове поле. Основною складністю при розгляді цих проектів були побоювання законодавців щодо ризиків, пов'язаних із запровадженням відповідних податкових пільг для соціальних підприємств. Враховуючи схильність до корупції в Україні, були обґрунтовані побоювання, що після прийняття такого закону всі підприємці намагатимуться стати «соціальними», щоб отримати податкові пільги.

Крім того – також через ризик зловживань – виникли сумніви щодо можливості ефективного контролю та перевірки того, які підприємці дотримуються критеріїв соціального підприємництва, а які – ні. Таким чином, в Україні досі не існує документа, який би офіційно закріплював визначення поняття «соціальне підприємництво», незважаючи на те, що цей термін час від часу зустрічається в державних програмах регіонального розвитку. Іноді поняття «соціальне підприємництво» в суспільстві часто тлумачиться неправильно, через асоціацію з радянськими соціальними програмами, що призводить до низки непорозумінь. Це видно, зокрема, у тому, що коучами часто виступають люди, які до того часу займалися бізнесом без жодних контактів із соціальним підприємництвом. А успішні соціальні підприємці не розуміють своєї важливості та статусу і лише з часом дізнаються, що вони соціальні

підприємці, а не філантропи, волонтери чи класичні бізнесмени [5].

Проте, існують певні стандартні вимоги до тих, хто планує бути визнаним соціальним бізнесом, наприклад, до європейських інвесторів. По-перше, особа все одно має бути підприємцем. Як виняток можна виконувати соціальну місію в рамках громадської чи некомерційної організації. По-друге, необхідно дійсно мати соціальну мету, яка має бути зазначена в статуті або в інших організаційних документах [6].

Сьогодні в Україні соціальне підприємництво діє в рамках малого та середнього бізнесу та як інструмент самофінансування громадських організацій, які прагнуть фінансової стійкості. Поки що вона не може охопити великий бізнес за обсягом і можливостями.

Незважаючи на те, що були неодноразові спроби прийняти Закон про соціальне підприємництво, не всі вони дійшли свого логічного завершення. Тому головне завдання сьогодні – надати соціальному підприємству статус офіційного та розробити механізм його підтримки.

Завдання майбутнього Закону про соціальне підприємництво – сформулювати та закріпити поняття «соціальне підприємництво» та критерії його віднесення серед інших форм економічної діяльності, визначити напрями його розвитку, встановити заходи підтримки як на місцевому, так і на державному рівнях (укладання договорів оренди державного або комунального майна без проведення конкурсів або аукціонів на право укладення таких договорів), а також стимулювання розвитку таких підприємств у країні. Крім того, необхідні зміни у законодавстві з метою модернізації правових норм господарської діяльності малих і середніх підприємств, що діють у соціальній сфері, та дотримання конституційного положення про те, що Україна є соціально орієнтованою державою [7].

Після прийняття закону про соціальне підприємництво можуть відбутися такі позитивні зміни:

- прискорення легітимації соціального підприємництва на ринку соціальних послуг;
- сприяння наданні пільг окремим організаціям для місцевих регуляторів;
- стимулювання перерозподілу соціального навантаження надання послуг у соціальній сфері між державним та приватним секторами.

Крім існуючих проблем у середовищі соціального підприємництва, подвійного удару завдали пандемічні та карантинні обмеження, які діють як в Україні, так і в світі. Наприклад, у 2021 році в Бельгії 21% соціальних підприємців припинили свою діяльність і ще 50% – скоротили свою економічну активність. При цьому штат людей з інвалідністю скоротився на 84%. Загалом, за даними Європейської Бізнес Асоціації, втрата глобальних прибутків від діяльності соціальних підприємств сягає 70-75%. У нашій країні такі дослідження не проводилися [8].

В умовах кризи загострюються існуючі соціальні проблеми, виникає потреба в нестандартних рішеннях та соціальних інноваціях. У всьому світі 60 провідних організацій створили Альянс для соціальних підприємців COVID Response Alliance, основною метою якого є допомога соціальним підприємцям та боротьба з наслідками пандемії коронавірусу.

Незважаючи на недосконалість законодавства, Україна також намагається підтримувати соціальних новаторів. Так, програми Української соціальної академії «Акселератор соціального підприємництва» та «Управління соціальними інноваціями» готуються до запуску понад 100 соціальних підприємств різної спрямованості: від допомоги людям з обмеженими можливостями до освітніх проєктів.

В умовах кризи важливо зосередитися на аспектах, які важливі для виживання бізнесу. Необхідно консолідувати зусилля для мінімізації негативних наслідків економічної кризи та недопущення закриття соціальних підприємств. Тому Українська соціальна академія надає підтримку, якої сьогодні потребують соціальні підприємці – проводять навчання на безкоштовних освітніх курсах для понад ста осіб: як почати соціальний бізнес, як адаптуватися до нових економічних реалій, як розробити ефективну стратегію продажів та розвитку бізнесу. Головна ідея – навчити не здаватися, а боротися з тимчасовими труднощами [9].

Варто зазначити, що громадяни нашої країни є соціально свідомими та відповідальними, тому діяльність соціальних підприємств стає все більш поширеною і невід’ємною частиною життя. Саме свідоме ставлення до суспільних потреб допомагає у вирішенні тих завдань, на які не здатні традиційні комерційні та державні підприємства.

Незважаючи на всі проблеми, соціальне підприємництво існує і діє як в інших країнах, так і в Україні. Серед успішних прикладів соціального бізнесу в Україні Юрій Філюк – соціальний підприємець, ресторатор, співзасновник та член наглядової ради ГО «Тепле місто», яка змінює Івано-Франківськ. Одним із перших і найвідоміших проєктів Теплого міста та прикладом синергії бізнесу та суспільства стала інституція та громадський простір Urban Space 100. У 2014 році активісти об’єднали 100 людей, які зробили свій внесок у створення ресторану для об’єднати громадян навколо ідей розвитку Івано-Франківська. Сьогодні 80% прибутку закладу йде лише на реалізацію громадських проєктів у місті. Подібний проєкт Urban Space 500 відкрився в Києві за соціальною франшизою.

Ще одним масштабним проєктом платформи став розвиток інноваційного центру «Промприлад. Реновація» на базі старого заводу. Він працює як майданчик для апробації та поширення знань, відбувається колаборація професіоналів з різних сфер – професійні та творчі спільноти, а також місцеві компанії можуть отримати новий якісний досвід та поділитися ним з іншими. «Промприлад. Реновація» було запущено з метою концентрації креативного кластера для створення масштабних проєктів розвитку міста. З початком пандемії COVID-19 команда «Теплого міста» разом з іншими профільними організаціями створила Антикризовий фонд «Коронавірус». За словами Ю. Філюка, діяльність «Теплого міста» як громадського майданчика органічно призвела до такого формату співпраці з владою, завдяки якому можна синхронізувати потреби та об’єднати процеси допомоги в місті та області. Узгодженість дій бізнесу, громадянського суспільства та самоврядування дозволяє отримати синергійний ефект для поєднання бізнесу, влади та суспільства в боротьбі з кризою [10].

Легалізація соціального підприємництва в Україні активізує додаткових свідомих помічників для вирішення соціальних проблем. Проблема в тому, що Україна взяла на себе дуже великі соціальні зобов'язання щодо підтримки соціально вразливих груп, з якими не може впоратися самостійно – це актуально не лише для України, а є загальносвітовою тенденцією.

Отже, соціальне підприємництво є індикатором свідомості суспільства, це відповідь суспільства на соціальні потреби. Соціальний бізнес може стати дійсно потужним партнером, здатним подолати таке коло проблем, як безробіття, неспроможність виплачувати адекватні соціальні виплати, витіснення жінок та вразливих верств населення з ринку праці. Але все це можливо лише у тісній співпраці держави та бізнесу. Держава, зі свого боку, повинна розуміти, що соціальний бізнес наймає ідеологізованих і дуже зацікавлених людей у вирішенні соціальних питань, але вони не можуть діяти без підтримки та співпраці з владою.

Висновки. Розвиток соціального підприємництва в Україні – тривалий процес, масштаби та темпи якого неможливо передбачити, але цей процес можна прискорити шляхом проведення активної соціально-економічної політики, розглядаючи становлення соці-

ального підприємництва як важливого самостійного напрямку політики соціально-економічних реформ. За відсутності нормативної бази та визнання статусу соціального підприємства цьому бізнесу вкрай важко «вижити». Тому для активізації соціального підприємництва необхідно: проводити державне стимулювання різними коштами, надавати преференції в оподаткуванні та кредитуванні, страхувати ризики, здійснювати інформаційну підтримку, проводити інформаційно-роз'яснювальну політику серед населення про переваги соціального підприємництва, залучати медіа та успішних соціальних підприємців до обміну досвідом, вирішення проблем, особливо в умовах пандемії та економічної кризи. Найбільше від економічної невизначеності та відсутності ефективної державної антикризової політики потерпає соціальне підприємництво та соціально відповідальний бізнес. Соціальні трансформації у сфері соціального підприємництва включають цифрову технологічну трансформацію, підвищення якості та розширення соціальних зв'язків, обмін досвідом та ідеями між інкубаторами, фандрайзерами та агентами підтримки. Все це дозволить подолати сучасні виклики та вийти на новий економічний рівень.

Список використаних джерел:

1. Пльченко В.М. Інновації як концептуальна основа соціального підприємництва в Україні. *Приазовський економічний вісник*: електронний науковий журнал. 2022. №1 (30).
2. Соціальне підприємництво: від ідеї до суспільних змін. Посібник / Свинчук А.А., Корнецький А.О., Гончарова М.А., Назарук В.Я., Гусак Н.Є., Туманова А.А. – К: ТОВ «ПІДПРИЄМСТВО «ВІ ЕН ЕЙ», 2017 – 188 с., с.12.
3. Корнецький А. Veterano Pizza, «Горіховий Дім», «Україна без сміття» – бізнес, який приховує свою соціальність, бо в Україні це непопулярно. Як це змінити. *Forbes Ukraine*. URL: https://forbes.ua/leadership/veterano-pizza-gorikhoviy-dim-ukraina-bez-smittya-biznes-yakiy-prikhovue-svoyu-sotsialnist-bo-v-ukraini-tse-nepopulyarno-yak-tse-zminiti-20112021-2815?fbclid=IwAR1Eu6llxVG6bDm-t07ToHAICLE9lf0bBsRQmu-M1b_XRsiqk1XI_XR3NR4.
4. Вольвач В. Социальное предпринимательство: как в Украине создают бизнес со смыслом. URL: <http://www.uamarket.info/sotsialnoepredprinimatelstvo-kak-v-ukraine-sozdayut-biznes-so-smyslom/>.
5. Корнецький А. Соціальне підприємництво: Ефективний інструмент подолання соціальних викликів в Україні? URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpriemnytstvo-efektyvnyy-instrument-%20podolannia-sotsial-nykh-vyklykiv-v-ukraini/.
6. Каменко І., Виговська-Каменко Т. Соціальне підприємництво як відповідь суспільства на соціальні потреби URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnitstvo-yak-vidpovd-susplstva-na-sotsaln-potrebi.
7. Заволока Ю.М., Сідненко М.В., Івко А.В. Проблеми та перспективи розвитку соціального підприємництва в Україні. *Ефективна економіка*. Електронний журнал. 2019. №5.
8. Мельник Михайло. Соціальне підприємництво та COVID-19: як подолати кризу? URL: <https://www.prostir.ua/?library=sotsialne-pidpriemnytstvo-ta-covid-19-yak-podolaty-kryzu>.
9. Фарат О.В., Косовська В.В. Проблеми соціального підприємництва під час пандемії. *Економіка та суспільство*. Електронний журнал. 2021. № 31/2021.
10. Юрій Филук соціальний підприємець, співзасновник платформи Тепле місто URL: <https://nv.ua/ukr/dose/teple-misto-biografiya-spivzasnovnika-platforni-yuriya-filyuka-50215959.html>.

References:

1. Pjchenko V.M. (2022) *Innovaciji jak konceptualjna osnova socialjnogho pidpriemnytva v Ukrajini* [Innovations as a conceptual basis of social entrepreneurship in Ukraine]. *Pryazovskijj ekonomichnyj visnyk: elektronnyj naukovyj zhurnal*. no 1 (30).
2. Svynchuk A.A., Kornejckijj A.O., Ghoncharova M.A., Nazaruk V.Ja., Ghusak N.Je., Tumanova A.A. (2017) *Socialjne pidpriemnytvo: vid ideji do suspilnykh zmin* [Social entrepreneurship: from idea to social change]. K: TOV «PIDPRYJEMSTVO «VI EN EJ», – 188 s., s.12. . (in Ukrainian)
3. Kornejckijj A. (2021) *Veterano Pizza, «Gorixovyj Dim», «Ukrayina bez smittya» – biznes, yakyj prykhovuye svoyu socialnist, bo v Ukrajini ce nepopulyarno. Yak ce zminyty* [Veterano Pizza, Nut House, Ukraine Without Garbage is a business that hides its sociality because it is unpopular in Ukraine. How to change it]. *Forbes Ukraine*. URL: https://forbes.ua/leadership/veterano-pizza-gorikhoviy-dim-ukraina-bez-smittya-biznes-yakiy-prikhovue-svoyu-sotsialnist-bo-v-ukraini-tse-nepopulyarno-yak-tse-zminiti-20112021-2815?fbclid=IwAR1Eu6llxVG6bDm-t07ToHAICLE9lf0bBsRQmu-M1b_XRsiqk1XI_XR3NR4
4. Vol'vach V. *Socy'al'noe predpriemnytvo: kak v Ukrajine sozdayut byznes so smyslom* [Social entrepreneurship: how to create a business with meaning in Ukraine]. URL: <http://www.uamarket.info/sotsialnoepredprinimatelstvo-kak-v-ukraine-sozdayut-biznes-so-smyslom/>.

5. Kornecz'kyj A. *Social'ne pidpry'yemny'cztvo: Efekty'vny'j instrument podolannya social'ny'x vy'kly'kiv v Ukrayini?* [Social Entrepreneurship: An Effective Tool for Overcoming Social Challenges in Ukraine?]. URL: https://socialbusiness.in.ua/knowledge_base/sotsial-ne-pidpryemnytstvo-efektyvnyy-instrument-%20podolannya-sotsial-nykh-vyklykiv-v-ukraini/

6. Kamenko I., Vy'govs'ka-Kamenko T. *Social'ne pidpry'yemny'cztvo yak vidpovid' suspil'stva na social'ni potreby'* [Social entrepreneurship as a response of society to social needs]. URL: https://biz.ligazakon.net/interview/205014_sotsalne-pdprimnytstvo-yak-vidpovid-susplstva-na-sotsaln-potrebi.

7. Zavaloka Yu.M., Sidnenko M.V., Ivko A.V. (2019) *Problemy' ta perspekty'vy' rozvy'tku social'nogo pidpry'yemny'cztva v Ukrayini*. [Problems and prospects of social entrepreneurship development in Ukraine]. *Efekty'vna ekonomika. Elektronny'j zhurnal*. no 5.

8. Mel'ny'k My'xajlo. *Social'ne pidpry'yemny'cztvo ta COVID-19: yak podolaty' kry'zu?* [Social Entrepreneurship and COVID-19: how to overcome the crisis?]. URL: <https://www.prostir.ua/?library=sotsialne-pidpryemnytstvo-ta-covid-19-yak-podolaty-kryzu>

9. Farat O.V., Kosovs'ka V.V. (2021) *Problemy' social'nogo pidpry'yemny'cztva pid chas pandemiyi*. [Problems of social entrepreneurship during a pandemic]. *Ekonomika ta suspil'stvo. Elektronny'j zhurnal*. no 31/2021.

10. Yuriy Fy'lyuk social'ny'j pidpry'yemecz', spivzasnovny'k platformy' Teple misto [Yuriy Filyuk is a social entrepreneur, co-founder of the Warm City platform]. URL: <https://nv.ua/ukr/dose/teple-misto-biografiya-spivzasnovnika-platforni-yuriya-filyuka-50215959.html>

УДК 338

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-8>**Korzh Maryna**Doctor of Economics, Professor of Marketing and Advertising,
National University of Trade and Economics
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7655-1085>**Malinoshevska Kateryna**Candidate of Economic Sciences, Financial Director
«Highline Media» Ltd.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1475-6429>**Корж М. В.**доктор економічних наук, професор кафедри маркетингу та реклами,
Київський національний торговельно-економічний університет**Маліношевська К. І.**кандидату економічних наук, фінансовий директор
товариства з обмеженою відповідальністю «Хайлайн Медіа»

DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE STRATEGY FOR AN INTERNATIONAL ENTERPRISE

The article considers the most important theoretical and practical problems related to the existing opportunities for development, where there are options for calculations during the election of a competitive strategy that should ensure high competitiveness of trading systems. The use of break-even analysis allows a more objective distribution between these categories, if we focus on the absolute size of break-even points and indicators of financial strength. The article states that along with intellectual and innovative financial strength, there is a costly one based on old trade technologies. Expenditure financial strength can be defined as the difference between the overall financial strength of the trading system and the above parameters. As a result, a structure of financial strength of the system is formed, in which the share of innovative and intellectual developments should mainly determine the total volume of trade. Otherwise, we will see an evolutionary shift to routine, costly trading technologies, the financial strength of which will reduce the competitive attractiveness of trading systems. Such actions are based on differences in the life cycles of goods sold, economic relations, the functioning of the enterprise itself. The life cycle of the product is shorter than the life cycles of economic relations, the existence of the enterprise. It is not the product itself that is the source of additional income received by the enterprise, but the specific relationship of the latter with the environment, which have independent value. Internal competition will be increasingly determined by the requirements of the global, which will be dominated by innovative and intellectual competitive advantages.

Keywords: competitiveness, competition, competitive advantage, enterprise competitiveness, industry competitiveness.

РОЗРОБКА КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ МІЖНАРОДНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто найважливіші теоретичні та практичні проблеми, пов'язані з наявними можливостями розвитку, де є варіанти розрахунків під час обрання конкурентної стратегії, яка має забезпечити високу конкурентоспроможність торгових систем. Використання аналізу безбитковості дозволяє більш об'єктивно розподілити між цими категоріями, якщо орієнтуватися на абсолютний розмір точок безбитковості та показників фінансової стійкості. У статті зазначається, що поряд з інтелектуальною та інноваційною фінансовою силою існує і дорога, заснована на старих торгових технологіях. Витратну фінансову міцність можна визначити як різницю між загальною фінансовою міцністю торгової системи та вищезазначеними параметрами. В результаті формується структура фінансової міцності системи, в якій частка інноваційно-інтелектуальних розробок повинна переважно визначати загальний обсяг товарообігу. Інакше ми побачимо еволюційний зсув до рутинних, дорогих торгових технологій, фінансова міцність яких знизить конкурентну привабливість торгових систем. Такі дії ґрунтуються на відмінностях життєвих циклів реалізованих товарів, економічних відносин, функціонування самого підприємства. Життєвий цикл товару коротший за життєві цикли економічних відносин, існування підприємства. Джерелом додаткового доходу, одержуваного підприємством, є не сам продукт, а специфічні відносини останнього з навколишнім середовищем, які мають самостійну цінність. Внутрішня конкуренція все більше визначатиметься вимогами глобальної, де домінуватимуть інноваційні та інтелектуальні конкурентні переваги. Ми визначили, що у конкурентній політиці простежуються взаємодії між прагненнями до досягнення різних видів економічної ефективності: ефективності розподілу ресурсів між альтернативними варіантами їх використання, оптимізацією розміру холдингу та підприємства, ефективністю галузі як структури, що розвивається, впровадження мінімізують витрати інновацій, розвиток стимулів до інвестування. Необхідні міжнародні інститути контролю над злиттями та поглинаннями, оскільки міжфірмові відносини торкаються декількох країн, і дії організації, що ведуть до підвищення концентрації на світових ринках, опиняються поза юрисдикцією будь-якої окремої країни.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкуренція, конкурентна перевага, конкурентоспроможність підприємства, конкурентоспроможність галузі.

JEL Classification: F19, P2

Introduction. Recently, the concept of competitiveness has become important in assessing the world economic position of the country. Competition is a struggle between economic entities for more favorable conditions for the production and sale of goods, for the highest profit. It is seen as a tool in the struggle for a place in a single geoeconomic system that is being formed. One of the most important factors that increase the efficiency of a market-type economic system is competition between enterprises, organizations and entrepreneurs. Competitive position is the position it occupies in its industry (or global world economy) in accordance with the results of its activities and with its advantages and disadvantages compared to competitors. Competitive advantages of enterprises with a strong competitive position are usually protected by high entry barriers. The rate of profit of such enterprises, as a rule, exceeds the industry average.

Analysis of recent research and publications.

Problems of development of competitiveness of the enterprise and its production are opened by domestic and foreign scientists: A. Smith, D. Ricardo, A.O. Cournot, E. Chamberlin, M. Porter and others. Domestic economists V. Andriyuk, V. Vorotin, A. Kalichavy, O. Krasnorutsky, M. Malik, V. Mesel-Veselyak, N. Mitsenko, O. Yanovsky and others also made a significant contribution to the study of the competitiveness of domestic enterprises.

Issues of strategic performance management a significant number of scientific works of domestic economists are devoted to the enterprise. The question of the theoretical and methodological essence of strategic management of the efficiency of the enterprise in its scientific works were considered by such scientists as: Vergal K.Y., Ilyashenko N.S., Kasich A.O., Legominova S.V., Paderin I.D., Polyakova Y.O., Poprozman O.I. Principles, approaches and structural elements of strategic performance management enterprises in their scientific works considered such scientists as: Gladinetsov N.I., Guzhavina I.V., Dotsenko I.O., Polova N.M., Soroka A.M., Kharchenko V.

However, the peculiarities of the formation of enterprise strategy due to competitive advantages are not given much attention today, which led to the appeal to this topic in the presented work.

Objective and research methodology. The purpose of the study is to summarize the theoretical provisions and develop practical recommendations for developing a competitive strategy of the enterprise.

Presentation of the main material of the research.

Modern competition is an integral attribute of the world market. It is characterized by dynamism, sharpness and scale. The scale of competition is due to the growing number of participants in foreign trade operations involved in international exchange, international specialization and cooperation in various fields. The internationalization of economic life expands the basis of competition. The scientific and technological revolution gives a special dynamism to competition. Wherever there is competition to reduce production costs, improve quality and maximize profits, the scientific and technological revolution is both an effective means of competition and its most powerful catalyst. As you know, among the goods whose exports are growing at the fastest pace, dominated by goods that are rapidly renewed under the

influence of the scientific and technological revolution: integrated circuits, electronic communications equipment and more.

Price competition today is significantly limited. Therefore, non-price competition comes to the fore: quality, novelty of goods, progressiveness and reliability of design, compliance with international standards, ease of operation, design, efficiency of maintenance of exporters to their competitiveness.

The European Governance Forum, based in Geneva, has defined competitiveness as the real and potential opportunity for firms to design, manufacture and market goods that are more attractive to consumers than their competitors in terms of price and non-price. About 340 indicators and more than 100 estimates of economists are used to determine the country's competitiveness. The analysis data are grouped into the following 10 factors [1]:

- Economic potential and growth rates of the country's economy.
- Efficiency of industrial production.
- The level of development of science and technology, the pace of development of scientific and technical achievements.
- Dynamics and capacity of the internal market.
- Flexibility of the financial system.
- The impact of government regulation on the economy.
- Level of qualification of labor resources.
- Provision of labor resources.
- Socio-economic and domestic political situation in the country.

The United States, Japan, Germany and Switzerland have traditionally been highly competitive. At the same time, special emphasis should be placed on the structural aspect of their competitiveness. It is about the degree of adaptation of these economies to the evolution of world demand, the exact choice of national specialization that meets domestic capabilities, the ability to avoid fierce and meaningless competition, switching to new products or new markets.

In forming the economic strategy of the enterprise it is necessary to take into account certain provisions of both the general mechanism of relations in the world economy and the system of strategy of enterprise development, which together largely cover the interests of all subjects of international business process shareholders, CEO and members of the board of directors, senior and middle managers, and external: partners, competitors, contact audiences, intermediaries (Table 1).

According to surveys conducted by the International Economic Forum, which evaluates the performance of 46 countries, the United States in the 90's is recognized as the most competitive country in the world. However, it is not their G7 partners that are closest to the United States, but Singapore (second in the last three years), Hong Kong (Hong Kong) and small European countries. Thus, from 1992 to 1997, Japan moved from 2nd to 9th place in this ranking, Germany – from 5th to 14th, France – from 15th to 19th [2].

The results of the implementation of the strategy are evaluated, and with the help of the feedback system the organization is monitored, during which the previous stages can be adjusted (Table 2).

Table 1

Features of development of components of economic strategy of the enterprise

№ п/п	Component	Features of formation and development
1	Financially	Improving the effectiveness of the use of financial resources of the international business entity search for the most effective areas of investment and financing
2	Political and legal	Comprehensive legal security of the international business entity in each country, compliance with applicable laws, both global and individual national economies. Formation of a reserve adaptive strategy to the unstable political situation in a particular country where the market or enterprise, its branches, divisions are located.
3	Marketing	Improving the elements of the marketing complex and forming an effective mechanism for managing international marketing tools. Improving the effectiveness of marketing forecasting and planning
4	Technical and technological	Increasing the degree of compliance of technologies with the world level. Formation of an optimization strategy for the use of resources in accordance with the level of modern world counterparts
5	Intellectual and scientific	Preservation and development of intellectual and scientific potential of the enterprise
6	Personnel	Improving the efficiency and flexibility of personnel management. Development of motivational personnel strategy
7	Information	Improving the efficiency of collection, processing and use of information of any level, nature and direction, improving the system of information support of economic activity of the subject of international business
8	Innovative	Improving the effectiveness of the implementation of scientific and technical ideas and inventions. Bringing innovations to the final practical business result and ensuring the maximum degree of its implementation
9	Ecological	Adherence to world environmental norms and standards, as well as norms and standards of each individual national economy, reducing the risk of man-made zones and minimizing losses from environmental pollution
10	Social	Improving the quality of working conditions of employees and ensuring social justice in the team. Creating a regulatory mechanism to improve the social welfare of employees, their families.

Table 2

Comparative characteristics of control systems

Parameters	Control-based management	Extrapolation-based management	Change-based management	Strategic management
Assumptions	The past repeats itself	Trends continue	New phenomena / trends are predictable	Partial predictability on weak signals
Type of changes	Slower reaction of the firm	Let's compare with the reaction of the firm		Faster company reactions
Process	Cyclical			Real time
Basis of management	Deviation control, integrated control	Target management	Strategic analysis	Taking into account the development of the market and the external environment

An important feature of modern economic growth has been the transition to a continuous innovation process. Carrying out research and development is gaining more and more weight in investment costs, exceeding the costs of equipment and construction in knowledge-intensive industries. At the same time, the importance of state scientific and technical, innovation and educational policy is increasing, which determines the general conditions of scientific and technological progress. Expenditures on science are constantly rising, approaching 3% of GDP in developed countries. The share of the state in these costs averages 35-50. In global economic competition, the winners are those countries that provide favorable conditions for research and scientific and technological progress [7].

The great importance of state incentives in ensuring modern economic growth is explained by the objective properties of innovation processes: high risk, dependence on the level of development of the general scientific environment and information infrastructure, significant capital intensity of research, requirements for scientific and engineering qualifications. Therefore, the success of global competition of certain firms is directly related to the state scientific and technical policy of their countries of origin. Among the 500 most successful companies operating in the world market, 203 are American, 105 – European, 109 – Japanese. [3].

The need to take into account the laws of global technical and economic development in the planning of national

economic policy is of key importance in ensuring modern economic growth. In particular, the importance of developing a strategy for economic development of the country regularity of modern economic growth is its unevenness, due to the periodic process of successive replacement of integrated complexes of technologically related industries – technological systems [4].

In the course of each structural crisis of the world economy that accompanies the process of replacing the dominant technological processes, new opportunities for economic success open up. Leading countries in the world economy in the previous period are facing a devaluation of capital and skills decline in the outdated technological system, while countries that have established institutions in the formation of production and technological systems of the new technological system are the centers of attraction of capital released from obsolete industries [4]. Each time the change of the dominant technological systems was accompanied by serious changes in the international division of labor, renewal of the most successful countries.

The development of the technological structure is accompanied by corresponding shifts in energy consumption (growth of natural gas consumption), in transport systems (growth of air transportation), in the production of structural materials (growth in the production of composite materials with predetermined properties). There was a transition to new principles of organization of production:

continuous innovation process, flexible automation, individualization of demand, organization of logistics, new types of public consumption and lifestyle.

The most likely key factors of the new technological device will be: biotechnology, artificial intelligence systems, global information networks and integrated high-speed transport systems. Flexible development of production automation, space technologies, production of construction materials with predefined properties, nuclear energy will be further developed; increase in natural gas consumption.

Conclusion. Modern economic growth is characterized by the leading importance of scientific and technological progress and the intellectualization of the main factors of production. New knowledge that in technology, equipment, skills, organization of production, in developed countries, accounts for 70-85% of GDP growth. The introduction of new technologies has become a key factor in market competition, the main means of improving production efficiency and improving the quality of goods and services. This update achieves a steady trend of reducing the unit of consumer properties of products, which improves public welfare and improves the quality of life in developed countries. Innovation is a necessary condition for success in competition, allowing advanced firms to make extra profits through the monopoly of intellectual rent, which is formed during the development of new products and technologies.

References:

1. Hlushkova T.V. Innovation Components of the Modern Advertisement [Online]. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/apmk_2013_14_31. (accessed 25 January 25 2022)
2. Video Mapping. Material from Wikipedia [Online]. Available at: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Видеомаппинг>. (accessed 03 January 25 2022)
3. Vovk I. P. (2012) Osoblyvosti vprovadzhennia zakhodiv resursozberezhennia ta metodyka vyznachennia yikh efektyvnosti na mashynobudivnykh pidpriemstvakh v konteksti resursonomiky [Features of resource conservation measures and methods of their effectiveness in engineering enterprises in the context of resourcenomy]. *Visnyk of Sumy State University. Economics Series*, no. 4, pp. 107–117.
4. Project Jacquard [Online]. Available at: <https://atap.google.com/jacquard/>. (accessed 07 March 2020)
5. Nazarbaev N. A. (1992) *Strategiia resursosberezhenniia i perehod k rynku* [The resource-saving strategy and transition to the market] Moscow: Mashinostroenie (in Russian).
6. Mazaraki A.A, Melnyk T.M., Chaiun T.I. (2000) *International Marketing: Textbook for Students of HEI*. Kyiv, KNTEU, 306 p.
7. Strategies of Foreign Markets Entry: Expand Business Rightly [Online]. Available at: <http://powerbranding.ru/marketing-strategy/market-entry/> (accessed 28 January 2022)

УДК 65.012.8.631.11

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-9>

Ткачук Г. Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
Державний університет «Житомирська політехніка»
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-6188-3028>

Tkachuk Hanna

Zhytomyr Polytechnic State University

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Засобами, які допомагають досягти ефективності господарської діяльності та дають можливість генерування прибутку у запланованому обсязі, виступають гарантом утримання стійких ринкових позицій підприємства на ринку являють собою сукупність методів, інструментів та алгоритмів забезпечення його економічної безпеки. У статті доведено, що не існує єдиного універсального інструментарію забезпечення економічної безпеки підприємства, адже він є індивідуальним, і залежить від цілей, масштабів діяльності, ресурсного забезпечення підприємства тощо. Встановлено, що поряд із загально прийнятими інструментами забезпечення економічної безпеки підприємства, які передбачають ряд методів управління ризиками, здійснення фінансового та технічного захисту підприємства в сучасних умовах варто використовувати також диференційований інструментарій, який використовується на основі всебічного аналізу внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємства.

Ключові слова: економічна безпека, управління, оптимізація капіталу, модернізація обладнання, інформація, ризики.

TOOLS FOR ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE

Means that help to achieve economic efficiency and enable the generation of profits in the planned amount, act as a guarantor of maintaining a stable market position of the enterprise in the market are a set of methods, tools and algorithms to ensure its economic security. It is established that the economic security of the enterprise is a reflection of the relationship and interdependence of the degree of its economic development and the degree of economic freedom, where economic development means the level of efficiency of potential components, and the degree of economic freedom – harmonization of interests with other economic entities. The article proves that there is no single universal tool for ensuring the economic security of the enterprise, because it is individual and depends on the goals, scale of activities, resource provision of the enterprise and so on. It is established that along with the generally accepted tools for economic security of the enterprise, which provide a number of risk management methods, financial and technical protection of the enterprise in modern conditions should also use differentiated tools used on the basis of comprehensive analysis of internal and external environment. The analysis is the basis for optimizing the capital of the enterprise, making decisions on modernization of production, staff development or replacement of management style and methods, readjustment of information flows of the enterprise and more. It is noted that each company needs to have a set of effective protocols (algorithms) in the field of protection against risks, threats and dangers of economic imbalance in order to ensure the appropriate level of its economic security, including: constant monitoring of internal and external environment; risk assessment of risks; formation of a bank of models for overcoming risks and evaluating their effectiveness; constant improvement of the system of economic security of the enterprise. A number of operational measures have been identified, the implementation of which will enable the company to take action to ensure its economic security, the main of which are: updating the technical, technological and production base of the company, staff training; formation of an effective business model of the enterprise; reengineering the business processes of the existing business model of the enterprise in case of cessation of generating stable profits, etc.

Key words: economic security, management, capital optimization, equipment modernization, information, risks.

JEL classification: M10, M11, M21.

Постановка проблеми. Реалії сучасного ринкового простору, що характеризуються великою кількістю ризиків, загроз та небезпек можуть викликати порушення економічної рівноваги господарюючих суб'єктів, і тому висувують на перший план питання забезпечення їхньої економічної безпеки та реалізації нових підходів до організації та управління власною діяльністю з метою стабілізації стану та забезпечення ефективного ведення господарської діяльності.

Відомо, що важливою складовою стійкого економічного стану та забезпечення економічної безпеки підприємства є механізм її досягнення, який являє собою взаємопов'язаний комплекс засобів, методів, інструментів, принципів, функцій та алгоритмів їх про-

вадження, за допомогою яких підприємство забезпечує досягнення цілей безпеки та вирішення поставлених завдань. Саме тому, сьогодні мінімальність, невизначеність та динамізм зовнішнього середовища актуалізує завдання формування та збереження відповідного рівня економічної безпеки кожного господарюючого суб'єкта.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню питань забезпечення економічної безпеки господарюючих суб'єктів присвячено чисельні праці як вітчизняних, так і зарубіжних вчених. Адже, із набуттям незалежності на теренах нашої держави дане питання постало досить гостро, і потребувало детального та глибокого дослідження. Отже, серед найваго-

міших доробок сучасної науки у сфері економічної безпеки як окремих підприємств, так і галузей економіки слід виділити праці: Грибіненко О.М., Денисова О.Є., Кравченко О.М., Овчаренко Є.І., Пономаренко А.І., Приходько В.П., Семчук Ж.В., Федорчак О., Шагоян С.М., Юрківа Н.Ю. та ін. Незважаючи на велику кількість наукових доробок, присвячених даній проблематиці, поглибленого дослідження потребують питання визначення інструментарію забезпечення економічної безпеки в управлінській діяльності підприємств. Зокрема, потребує окремої уваги, розгляд диференційованого інструментарію забезпечення економічної безпеки підприємства із конкретизацією заходів його реалізації, та визначення певного алгоритму дій, який дозволить поетапно, крок за кроком скеровувати керівництво до досягнення бажаного стійкого його стану підприємства.

Мета статті полягає у визначенні переліка дієвих інструментів управлінської діяльності підприємств в галузі забезпечення їх економічної безпеки.

Виклад основного матеріалу. Економічна безпека є складною економічною категорією, адже виступає складовим елементом загальної системи підприємства, яка з одного боку, характеризує стан гармонізації відносин між внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства, що дає можливість забезпечувати йому економічно стійкий та безпечний стан, а з іншого – є складовою частиною системи більш вищого рівня (галузі, регіону, країни).

Перші спроби використати поняття «економічної безпеки» відносяться майже до однакового історичного періоду. Так, його було використано у програмах Ф. Рузвельта, і стосувалося воно питань подолання та виходу Англії із Великої депресії 1933-1937 рр. Також, згадки про «економічну безпеку» зустрічалися в програмах соціально-економічних перетворень, які були висунуті демократичною партією США [1, с. 6].

Попередні дослідження дали можливість встановити, що наразі існує безліч підходів до сутнісного наповнення поняття економічної безпеки підприємства. Слід відмітити, що воно характеризується системністю та комплексністю, які безпосередньо пов'язані із впливом зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства. Стан економічної безпеки відображає взаємозв'язок між внутрішніми інтересами підприємства та інтересами зовнішніх агентів. Отже, економічна безпека господарюючого суб'єкта відображає взаємозв'язок та взаємозалежність ступеня його економічного розвитку та міри економічної свободи, де під економічним розвитком автор розуміє рівень ефективності використання складових потенціалу, а під мірою економічної свободи – гармонізацію інтересів підприємства із інтересами інших господарюючих суб'єктів [2, с. 112]. Сутність запропонованого підходу передбачає використання інструментів, які дають можливість ефективно використовувати власні потенційні можливості та досягати конкурентоспроможності підприємства на ринку.

Таким чином, забезпечення економічної безпеки означає досягнення запланованого рівня економічної безпеки у довгостроковій перспективі шляхом реалізації економіко-організаційних, адміністративних та правових методів, форм та засобів впливу керуючої системи та систему економічної безпеки підприємства з

метою мінімізації можливих втрат та досягнення стану його захищеності.

Зауважимо, що система забезпечення економічної безпеки підприємства є унікальною для кожного окремого підприємства, і виконує наступні функції:

- діагностика діяльності підприємства;
- прогнозування, виявлення та запобігання ризикам, загрозам та небезпекам діяльності підприємства;
- забезпечення захищеності діяльності підприємства від ризиків, загроз та небезпек;
- створення сприятливого конкурентного середовища;
- ліквідація отриманих втрат та збитків [3].

Інструментарій забезпечення економічної безпеки підприємства має формуватися та обиратися виходячи із її рівня, визначеного на основі проведеної діагностики на сьогоднішній день, внутрішніх можливостей підприємства та визначення пріоритетних напрямків стратегії його розвитку.

Отже, до загально прийнятих та широкоживаних інструментів забезпечення економічної безпеки підприємства слід віднести:

- управління ризиками, яке передбачає здійснення їх диверсифікації, страхування або хеджування тощо;
- фінансовий захист, який реалізується на основі даних проведеного фінансового моніторингу, включає в себе управлінський облік та контроль, а також бюджетування тощо;

- технічний захист, який виводить збереженість інформації про діяльність підприємства на вищий рівень, і під яким розуміють забезпечення інвестиційної безпеки інформації, у тому числі і комерційної таємниці, а також виваженої кадрової політики підприємства.

Заслугує на увагу підхід до визначення диференційованого інструментарію забезпечення економічної безпеки підприємства, Гільфінова М. Т., який базується на всебічному та комплексному аналізі рівня економічної безпеки підприємства, та реалізується здійснюється на різних рівнях управління нею [4]. Розглянемо більш детальніше запропонований інструментарій забезпечення економічної безпеки підприємства.

1. Проведений аналіз результатів діяльності підприємства і ефективності керівної складової може викликати потребу заміни частини керівного складу підприємства і методів управління. Можливе проведення реорганізації підприємства, корегування стратегічних орієнтирів із збереженням керівного ядра, проте із обов'язковим проведенням корінних змін в методах управління підприємством.

2. Діагностика фінансової складової діяльності підприємства може викликати необхідність проведення оптимізації капіталу, яка може бути реалізована такими методами [5]:

- оптимізація структури капіталу шляхом розрахунків фінансового важеля, що має можливість визначити та спрогнозувати максимальний рівень фінансової рентабельності підприємства;

- оптимізація структури капіталу шляхом попереднього оцінювання вартості власного та залученого капіталу на основі використання різних сценаріїв його залучення, що здійснюється на основі розрахунку середньозваженої вартості капіталу з метою її мінімізації;

- оптимізація капіталу шляхом диференціювання вибору джерел залучення фінансових засобів в різні види активів підприємств, а іншими словами – досягнення «цільової структури капіталу» на основі мінімізації рівня фінансових ризиків.

3. Оцінка кадрової складової підприємства, може стати підґрунтям прийняття рішення про створення ефективної системи управління персоналом з індивідуальним підходом до кожного працівника та формування кадрового резерву із подальшою розробкою системи кар'єрного зростання.

Серед основних методів управління персоналом слід виділити економічні, адміністративні, соціально-психологічні та правові методи управління, які відрізняються засобами та інструментами впливу на керувану систему [6, с. 472]:

- адміністративні методи реалізуються за допомогою суворо встановлених керівних впливів на працівників, до яких належить організаційне проектування, регламентування та нормування, вони носять, як правило, директивний характер (обов'язковий до виконання характер) і базуються на системі адміністративних розпоряджень, дисциплінарної відповідальності та матеріальних стягнень тощо;

- економічні методи дають можливість здійснення впливу на працівників в залежності від ситуації, яка склалася, шляхом реалізації таких інструментів, як «кнут» та «пряник»; до найбільш розповсюджених методів слід віднести: матеріальне стимулювання та участь у прибутках за рахунок придбання цінних паперів підприємства, також матеріальні стягнення, які запроваджуються через порушення трудової дисципліни та втрат, отриманих з вини працівника тощо;

- соціально-психологічні методи базуються на використанні основ соціології та психології, і можуть бути спрямовані, як на окремих працівників, так і на групу працівників підприємства; реалізується вони через низку соціологічних впливів на результати діяльності групи працівників в процесі виробничої діяльності, а також психологічних впливів на внутрішній світ та настанови окремої особистості;

- за допомогою правових методів підприємство здійснює регулювання відносин між керівництвом і працівниками, між підприємством та іншими ринковими суб'єктами, і передбачає захист прав та свобод персоналу та інших підприємств відповідно до норм чинного законодавства тощо.

4. Дослідження ресурсного потенціалу та виробничої складової діяльності підприємства на основі якого приймаються рішення щодо оптимізації ресурсного забезпечення шляхом винайдення нових (альтернативних) ресурсних джерел забезпечення його діяльності.

До даної детермінанти можна віднести також формування резервів матеріальних запасів за окремими складниками стратегічних ресурсів, які відносяться до ключових ресурсів підприємства, від яких залежить підтримка виробничої ефективності діяльності в процесі забезпечення його конкурентоспроможності [7].

5. Здійснення оцінки та аналізу рівня техніко-технологічної складової діяльності підприємства, що може виступати підґрунтям прийняття рішень щодо проведення модернізації підприємства. Модернізація підприємства може бути здійснена наступними шляхами:

- на базі використання обладнання вітчизняного виробника, яке як правило, є більш дешевим у порівнянні із іноземним. Даний метод є досить ефективним за умов складної економічної ситуації, яка виникла в нашій країні, що обумовлена високими інфляційними процесами, високим рівнем безробіття та низьким рівнем життя населення, критичним становищем малого бізнесу через ряд карантинних обмежень, викликаних COVID-19 тощо;

- на базі використання іноземного обладнання, яке є більш дорогим, проте більш продуктивним, якісним та конкурентоспроможним. Крім того, таке обладнання характеризується вищим рівнем гарантійного та сервісного обслуговування;

- на базі використання ліцензійного обладнання вітчизняного виробництва, яке вже зарекомендувало себе більш низькою ціною, високими виробничими та якісними показниками, а отже має оптимальне співвідношення «ціна-якість».

6. Оцінювання інформаційної складової діяльності підприємства, яка може викликати проведення оптимізації інформаційних потоків і має важливе значення для забезпечення інформаційної безпеки підприємства, його «комерційної таємниці» та швидкості обробки масиву інформації в процесі прийняття управлінських рішень. Інформаційні потоки передбачають переміщення інформації між працівниками та підрозділами в ході господарської діяльності підприємства. Управління ними полягає у визначенні напрямків інформаційних потоків, встановленні обмежень швидкості їх передачі та приймання, обмеженні обсягів потоку до величини пропускної спроможності окремого працівника чи підрозділу в одиницю часу.

7. Дослідження рівня збуту підприємства, в завершенні якого підприємство може приймати рішення щодо оптимізації збутової політики та підтримуючої її маркетингової політики та рекламної діяльності. Тут важливим є винайдення нетрадиційних рішень в сфері збутової діяльності, що може передбачати активізацію просування продукції підприємства, намагання винайдення нової ринкової ніші, удосконалення інструментів просування тощо.

До методичного інструментарію забезпечення економічної безпеки підприємства слід віднести наступний алгоритм дій, який дозволить поетапно, крок за кроком скеровувати керівництво до досягнення бажаного стійкого його стану:

- здійснення збору та обробки інформації щодо внутрішнього стану підприємства та ситуації на галузевих ринках, також визначення загальної економічної ситуації в країні із здійсненням прогнозування майбутнього вектору діяльності підприємства;

- визначення та оцінювання рівня ризиків, загроз та небезпек, які ймовірно можуть виникнути у господарській діяльності підприємства;

- розроблення рішень, щодо впровадження низки заходів для подолання або зведення до мінімуму ризиків, загроз та небезпек у разі їх фізичного настання;

- розробка протоколів діяльності з опрацюванням алгоритмів дій (заходів) щодо протидії впливу негативних чинників на діяльність підприємства у разі їх настання;

- проведення експерименту, шляхом застосування запропонованих моделей та алгоритмів дій на практиці;

- здійснення оцінки ефективності запропонованих методів та алгоритмів подолання ризиків, загроз та небезпек діяльності підприємства;

- коригування запропонованих протоколів протидії ризикам, загрозам та небезпекам;

- здійснення постійного вдосконалення системи забезпечення економічної безпеки підприємства [8, с. 180].

Забезпечення економічної безпеки підприємства має відбуватися безупинно в процесі господарської діяльності, реалізуючи стратегію та тактику підприємства в сфері економічної безпеки, а також впроваджуючи ряд наступних операційних дій:

- постійне оновлення техніко-технологічної та виробничої бази підприємства, підвищення кваліфікації персоналу тощо;

- налагодження виробничої діяльності відповідно вимог ринку, за рахунок узгодження параметрів попиту та пропозиції з метою досягнення рівноваги, порушення якої призведе або до затоварювання складів готовою продукцією, в іншому разі – неповне задоволення попиту споживачів;

- формування ефективної бізнес-моделі діяльності підприємства, яка б враховувала цінність пропозиції, давала б можливість максимізувати прибуток за рахунок мінімізації витрат, які не несуть цінності для кінцевого споживача;

- проведення реінжинірингу бізнес-процесів впроваджені бізнес-моделі діяльності підприємства у разі припинення генерування нею стабільного прибутку;

- всебічний інформаційний захист комерційної таємниці підприємства;

- налагодження стабільних відносин із постачальниками сировини, матеріалів, енергії тощо;

- при необхідності здійснення заміни керівництва, методів та стилю управління тощо.

Висновки. З огляду на проведене дослідження встановлено, що наразі існує велика кількість підходів

до визначення сутності економічної безпеки підприємства. Забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає досягнення гармонізації внутрішніх інтересів підприємства із інтересами зовнішніх ринкових агентів.

Доведено, що інструментарій забезпечення економічної безпеки має формуватися та обиратися виходячи із її рівня, визначеного на основі проведеної діагностики на сьогоднішній день, внутрішніх можливостей підприємства та визначення пріоритетних напрямків стратегії розвитку і є індивідуальним для кожного окремого підприємства, виходячи з його цілей, масштабів діяльності, кількості ресурсного забезпечення, місця розташування тощо.

Визначено, що до загально прийнятих інструментів забезпечення економічної безпеки підприємства можна віднести управління ризиками, фінансовий та технічний захист. В рамках проведеного дослідження акцентовано окрему увагу на диференційованому інструментарії забезпечення економічної безпеки підприємства, що враховує всебічний аналіз її рівня і передбачає здійснення діагностики: результатів діяльності керівної ланки; фінансової складової діяльності; кадрового потенціалу та ресурсного потенціалу підприємства з окремим виділенням техніко-технологічної складової; інформаційного забезпечення та рівня збутової діяльності підприємства. Дані проведеної діагностики лежать в основі впровадження цілої низки оптимізаційних заходів.

Також автором зауважено на необхідності кожному підприємству мати набір дієвих відпрацьованих протоколів (алгоритмів дій) в сфері захисту від ризиків, загроз та небезпек порушення економічної рівноваги з метою забезпечення відповідного рівня його економічної безпеки. Перспективою подальших досліджень має стати поглиблення знань у сфері методів діагностики рівня економічної безпеки підприємства.

Список використаних джерел:

1. Третьак В., Гордієнко Т. Економічна безпека: сутність та умови формування. *Економіка та держава*. 2010. №1. С. 6–8.
2. Ткачук Г.Ю. Еволюція підходів до визначення сутності економічної безпеки підприємства. *Молодий вчений*. 2015. № 2 (17), С. 110-113.
3. Корелин В.В., Габуниа Н.Г. Инструменты обеспечения экономической безопасности промышленного предприятия. *Методология и инструментарий управления*. URL.: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-promyshlennogo-predpriyatiya/viewer>
4. Гильфанов М.Т. Дифференцированный инструментарий обеспечения экономической безопасности предприятия. *Социально-экономические явления и процессы*. URL.: <https://cyberleninka.ru/article/n/differentsirovannyu-instrumentariy-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya>
5. Подолякин В.И. *Основы экономики организации: стоимость и структура капитала: учеб. пособие*. Иваново : ИГТА, 2005. 112 с.
6. *Економічна енциклопедія*. За ред. Б. Гаврилишина. К. : Академія, 2002. Т. 3. 951 с.
7. Колесниченко Е.А., Макасов Н.С. К вопросу о критериях экономической безопасности предприятия: методические аспекты разработки. *Социально-экономические явления и процессы*. 2012. № 12. С. 113-117
8. Орлик О. Економічна безпека підприємства : властивості, стратегія та методи забезпечення. *Економічна безпека в умовах глобалізації світової економіки : колективна монографія у 2 т.* Дніпропетровськ : «ФОП Дробязко С.І.», 2014. Т. 2. С. 176–182.

References:

1. Tretyak V., Gordiyenko T. (2010) Economic security: the essence and conditions of formation. *Economika ta derzhava*, vol. 1, pp. 6–8.
2. Tkachuk G.Yu. (2015) Evolution of approaches to determining the essence of economic security of the enterprise. *Molodyi vchenyi*. vol. 2, no 17, pp. 110-113.
3. Korelin V.V., Gabunia N.G. (2016) Instrumenty obespecheniya jekonomicheskoy bezopasnosti promyshlennogo predpriyatiya [Tools for ensuring the economic security of an industrial enterprise]. *Metodologija i instrumentarij upravlenija* [Methodology and

management tools] (electronic journal). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/instrumenty-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-promyshlennogo-predpriyatiya/viewer> (accessed 31 January 2022)

4. Gil'fanov M.T. (2013) Differencirovannyj instrumentarij obespechenija jekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatija [Differentiated tools for ensuring the economic security of an enterprise]. *Social'no-jekonomicheskie javlenija i process* [Socio-economic phenomena and processes]. (electronic journal). Available at: <https://cyberleninka.ru/article/n/differentsirovannyj-instrumentarij-obespecheniya-ekonomicheskoy-bezopasnosti-predpriyatiya> (accessed 29 January 2022)

5. Podoljakin V.I. (2005) *Osnovy jekonomiki organizacii: stoimost' i struktura kapitala: ucheb. posobie* [Fundamentals of Organizational Economics: Cost and Capital Structure: textbook allowance]. Ivanovo: IGTA. (in Russian)

6. Gavry'ly'shy'n B. (ed.) (2002) *Ekonomichna ency'klopediya* [Economic encyclopedia]. Kyiv: Akademiya. (in Ukrainian)

7. Kolesnichenko E.A., Maksakov N.S. (2012) K voprosu o kriterijah jekonomicheskoy bezopasnosti predpriyatija: metodicheskie aspekty razrabotki [On the issue of criteria for the economic security of an enterprise: methodological aspects of development]. *Social'no-jekonomicheskie javlenija i processy*. vol. 12, pp. 113-117.

8. Orlyk O. (2014) Ekonomichna bezpeka pidpriemstva : vlastyvoli, stratehii ta metody zabezpechennia [Economic security of the enterprise: properties, strategy and methods of support]. *Ekonomichna bezpeka v umovakh hlobalizatsii svitovoi ekonomiky : kolektyvna monohrafiia*. Dnipropetrovs'k: «FOP Drobyazko S.I.», pp. 176–182.

УДК 330.34

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-10>**Лагодієнко В. В.**доктор економічних наук, професор,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9768-5488>**Богданов О. О.**аспірант,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8505-3675>**Попкова С. О.**аспірант,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6387-8337>**Lagodiienko Volodymyr, Bogdanov Oleksandr, Popkova Svitlana**
Odessa National Academy of Food Technologies

РОЗВИТОК ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

У статті досліджено трактування поняття глобалізації економіки. Виявлено, що для сучасного стану розвитку підприємництва в Україні в умовах глобалізації економіки характерні тенденції до підвищення значення зовнішнього середовища, яке постає визначальним порівняно із внутрішнім середовищем бізнесу. Відмічено позитивну динаміку показника простоти ведення бізнесу в Україні відповідно до дослідження Світового банку. Проаналізовано динаміку основних показників діяльності підприємств у 2016-2020 рр. (кількість діючих суб'єктів господарювання, кількість зайнятих працівників, витрати на персонал, обсяг реалізованої продукції, додана вартість, капітальні інвестиції, фінансові результати). Встановлено, що важливою передумовою розвитку підприємництва в умовах глобалізації економіки є обов'язковість здійснення науково-технічних, інноваційних, інвестиційних, маркетингових процесів, а також орієнтація підприємництва на міжнародне співробітництво: імпорт, експорт, франчайзинг, іноземні інвестиції.

Ключові слова: підприємництво, глобалізація економіки, суб'єкти підприємництва, показник простоти ведення бізнесу.

ENTREPRENEURSHIP DEVELOPMENT IN THE CONDITIONS OF THE ECONOMY GLOBALIZATION

The article examines the interpretation of the concept of globalization of the economy. In the economy, globalization is manifested primarily in the fact that: increasing the absolute and relative level of world trade in goods and services, as well as the movement of capital and labor; there is a merger of markets, organizations and production chains; countries' economic borders are becoming increasingly transparent. It is revealed that the current state of business development in Ukraine in the context of economic globalization is characterized by tendencies to increase the importance of the external environment, which is decisive in comparison with the internal business environment. The positive dynamics of the indicator of ease of doing business in Ukraine according to the World Bank study was noted. The dynamics of the main indicators of enterprises in 2016-2020 has been analyzed, in particular, the number of operating entities, the number of employees, staff costs, sales of products (goods, services), value added by production costs, capital investment, financial result (balance) before tax. The analysis of the dynamics of the main indicators of enterprises in 2016-2020 showed that there is a general trend for the study period: by 2019 there was an improvement in indicators, and in 2020 – their decline. The main obstacles to the development of entrepreneurship in the globalization of the economy should be noted such as: first, limited financial resources of business entities (lack of adequate government lending, lack of government support, etc.); secondly, excessive tax burden, in particular the lack of a legally established mechanism for exemption from taxes and mandatory payments for newly created small businesses, etc. It is established that an important prerequisite for the development of entrepreneurship in the globalization of the economy is the need for scientific and technical, innovation, investment, marketing processes, as well as the focus of entrepreneurship on international cooperation: import, export, franchising, foreign investment.

Keywords: entrepreneurship, globalization of the economy, business entities, indicator of ease of doing business.

JEL Classification: F01, F41, M13, M20

Постановка проблеми. За сучасних умов глобальної економіки все більшого поширення набувають види підприємницької діяльності, спрямовані на отримання швидкого прибутку, головним чином за рахунок збільшення обсягів операцій на світових фінансових ринках. Зростання обсягів операцій на світових фінансових ринках внаслідок лібералізації валютних ринків, розвитку ринку похідних фінансових інструментів, у

свою чергу, веде до збільшення обсягів тіньового та спекулятивного капіталу, що не зацікавлений у розвитку національної економіки та збільшенні виробництва товарів та послуг. В умовах глобалізації у капіталу з'являються нові можливості для самозростання за рахунок спеціальних та офшорних зон, міжнародного податкового планування шляхом створення міжнародних фінансово-промислових груп. Усе це негативно

позначається на функціонуванні національних економічних систем, які стають більш вразливими до різних економічних потрясінь. Щоб ці явища не набули широкого розповсюдження та не стали головною відмінною характеристикою сучасного процесу глобалізації, потрібне глибоке теоретичне осмислення тих змін, які відбуваються сьогодні в системі світових господарських відносин та аналіз того впливу, який ці зміни чинять на розвиток підприємництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку підприємництва, як і перспективи його розвитку є об'єктом дослідження також багатьох вітчизняних вчених економістів, зокрема О. Барановського, З. Варналія, А. Виноградська, Л. Воротиної, А. Кисельова, Ю. Клочка, Т. Ковальчука, Л. Мельника, С. Мочерного, Ю. Ніколенка, Є. Панченка, С. Реверчука, В. Сизоненка, С. Соболя, А. Чухна та інших. Проте, не зважаючи на значний науковий доробок з приводу розвитку підприємницької діяльності, дослідження сучасного її стану є актуальною тематикою подальших досліджень.

Мета статті: дослідити сучасний стан розвитку підприємництва за умов глобалізації економіки.

Виклад основного матеріалу. На сьогоднішній день надважливий вплив на розвиток підприємництва здійснює таке явище як глобалізація. Глобалізацію прийнято трактувати як якісно новий, більш розвинений рівень інтернаціоналізації національних економік, тобто загальносвітове посилення відкритості та взаємозалежності країн, регіонів, підприємств та спільнот людей. Зняття обмежень для вільного руху капіталу, перетворення світового фінансового ринку на самостійну сферу не можуть не впливати на функціонування підприємництва. За умов глобалізації економіки змінюються не тільки форми концентрації і централізації капіталу, методи конкурентної боротьби, способи регулювання соціально-трудова відносин, а відповідно й умови здійснення підприємницької діяльності.

Насамперед, слід уточнити сутність такого явища як «глобалізація», виявити та проаналізувати нові фактори, що в даний час істотно впливають на функціонування сфери підприємництва, а також визначити форми та методи державного регулювання підприємницької діяльності в умовах глобалізації.

Перш за все, слід зазначити, що глобалізація проявляється в різних сферах: в економічній, політичній, екологічній, культурній. В економіці глобалізація проявляється насамперед у тому, що: збільшується абсолютний та відносний рівень світової торгівлі товарами та послугами, а також пересування капіталу та робочої сили; відбувається злиття ринків, організацій та виробничих ланцюгів; економічні кордони країн стають дедалі прозорішими.

На даний момент не існує одностайності науковців з приводу концептуального і практичного розуміння поняття «глобалізація». Не досягнуто навіть єдиної думки щодо часу появи цього терміну. Деяких вчені вважають, що вперше про глобалізацію заговорили в США, зокрема Т. Левіт, який використав цей термін у статті, опублікованій у *Harvard business review* у 1983 р. Науковець назвав цим терміном процес злиття ринків окремих продуктів, вироблених великими багатонаціональними корпораціями [1]. Інші дослідники зазначають, що одним із перших був Р. Робертсон, який у тому ж таки 1983 р. в одній зі своїх статей використав

поняття «globality», а в 1985 р. дав тлумачення поняття «globalization» та визначив глобалізацію як «сукупність об'єктивно фіксованих явищ, що мають своєю основною метою об'єднання світу в одне ціле» [2].

Також є свідчення про те, що поняттям «глобалізація» вперше скористався Дж. Маклін ще в 1981 р., використавши таке формулювання як «історичний процес посилення глобалізації соціальних відносин» [3].

М. Кастельс визначає глобалізацію як «нову капіталістичну економіку», основними характеристиками якої є інформація, знання та інформаційні технології як головні джерела зростання продуктивності та конкурентоспроможності, а також нова економіка, організована переважно через мережеву структуру менеджменту, виробництва і розподілу, а не окремих фірм, як це було раніше [4; 5].

Дж. Сорос у своїй статті «На шляху до глобального відкритого суспільства» розглядає глобалізовану економіку як «глобальну капіталістичну систему», що характеризується «не лише вільним рухом товарів та послуг, але, що важливіше, вільним рухом ідей та капіталу» [6].

Т. Фрідмен вважає, що глобалізація – це «невгамовна інтеграція ринків, націй-держав і технологій, що дозволяє індивідуумам, корпораціям досягати будь-якої точки світу швидше, далі, глибше і дешевше, ніж будь-коли. Глобалізація означає поширення капіталізму вільного ринку практично на всі країни світу. Глобалізація має свій власний набір економічних правил, що базуються на відкритті, дерегуляції та приватизації національних економік з метою зміцнення їхньої конкурентоспроможності та збільшення привабливості для іноземного капіталу» [7].

Ряд фахівців представляють «глобалізацію» як досить вузьке поняття: процес зближення споживчих переваг та універсалізація асортименту пропонованої продукції у всьому світі, під час якого всесвітні продукти витісняють місцеві. Є економісти, які розглядають економічну глобалізацію як завершальну фазу постіндустріалізму, в умовах якої «постіндустріальна модель вступила у свій завершальний етап, коли згасають її творчі сили, відбувається самовідтворення моделі у межах відпрацьованих механізмів, у дедалі більшому темпі зміщуються інтелектуальні, виробничі, природні та інші ресурси. Змінюється психологія людини, її мислення деформується, набуває однобокого характеру» [8].

В контексті глобалізаційних процесів, які відбуваються в економіці, спостерігаємо посилення конкурентної боротьби на внутрішніх і зовнішніх ринках, виникнення нових її форм і методів, значну диференціацію попиту споживачів тощо. Все ці явища спонукають до пошуку пріоритетних напрямків здобуття конкурентних переваг вітчизняними підприємствами. Глобалізація економіки протягом тривалого проміжку часу впливає на українське підприємництво, і з кожним роком формує нові виклики та вимоги.

За результатами дослідження Світового банку відповідно до проекту "Doing Business" за показником простоти ведення бізнесу Україна в 2020 р. зайняла 67 місце серед 183 країн світу. Це не високий показник, порівняно з розвиненими, зокрема європейськими країнами, проте слід відмітити позитивну динаміку цього показника: у 2012 р. Україна займала 149 місце, у 2015 р. вдалося увійти в сотню і зайняти 96 місце (рис. 1) [9].

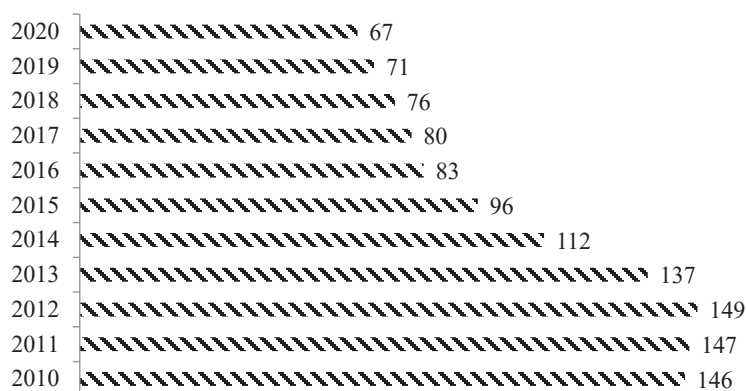


Рис. 1. Місце України у рейтингу проекту "Doing Business" за показником простоти ведення бізнесу

"Doing Business Project" – рейтинг простоти ведення підприємницької діяльності, який дозволяє визначити якість правил регулювання підприємницької діяльності, що підвищують чи обмежують ділову активність, та їх застосування у 183 країнах. Розраховується цей індекс від 2003 р. за такими критеріями, як легкість відкриття нового бізнесу, отримання дозволу на будівництво, реєстрація власності, отримання позики, захист прав інвесторів, сплата податків, законодавчий захист контрактів тощо [10].

За даними Державної служби статистики у 2020 р. загальна кількість суб'єктів підприємництва в Україні дорівнювала понад 373822 одиниць. при чому в період з 2016 р. до 2019 р. спостерігалася тенденція до збільшення їх кількості з 306369 од. до 380597 од. (майже на 25% у 2019 р, порівняно з 2016 р.), а у 2020 р. бачимо хоч і незначне (близько на 2 %) зниження їх кількості порівняно з попереднім роком. Відповідна тенденція спостерігається й щодо показника кількості зайнятих працівників: з 2016 р. до 2019 р. збільшення їх кількості з 5801,1 тис. осіб до 6407,5 тис. осіб, а в 2020 р. – незначне зменшення їх кількості – до 6366,1 тис. осіб. Показник обсягів капітальних інвестицій розвивався за тією ж схемою: ріст у період 2016-2019 рр. (з 281667,9 млн грн до 524474,1 млн грн) і зниження до 398478,1 млн грн у 2020 р. порівняно з 2019 р. (майже на 25 %) (табл.1) [11].

Щодо таких показників як витрати на персонал, обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) та

додана вартість за витратами виробництва логічно, що з плином часом, інфляцією та іншими економічними процесами прослідковується чітка тенденція до їх росту. Так, витрати на персонал у 2020 р. зросли більш ніж в 2 рази порівняно з 2016 р.: з 434790,1 млн грн до 990589,2 млн грн. Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) у 2016 р. складав 6237535,2 млн грн, а в 2020 р. – 10049870,8 млн грн; додана вартість за витратами виробництва зросла з 1702670,5 млн грн у 2016 р. до 2883240,0 млн грн в 2020 р. [11].

Стосовно фінансових результатів суб'єктів підприємництва, слід зазначити, що спостерігається загальна тенденція для досліджуваного періоду: до 2019 р. відбувалося покращення цього показника: сальдо до оподаткування зросло з 69887,8 млн грн у 2016 р. до 613044,0 млн грн у 2019 р. (майже в 10 разів), а в 2020 р. відбулося стрімке падіння – до 134734,3 млн грн (майже в 5 разів). Питома вага підприємств, що одержали збиток у 2016 р. становила 26,6 %, а в 2020 р. 28,6 % до загальної кількості (рис. 2).

Основними перешкодами, що існують на шляху розвитку підприємництва в умовах глобалізації економіки слід відзначити такі як: по-перше, обмеженість фінансових ресурсів суб'єктів підприємництва (відсутність належного державного кредитування, недостатність державної підтримки тощо); по-друге, надмірне податкове навантаження, зокрема відсутність законодавчо встановленого механізму звільнення від сплати податків та загальнообов'язкових платежів для ново-

Таблиця 1

Динаміка основних показників діяльності підприємств у 2016-2020 рр. [11]

Показники	2016	2017	2018	2019	2020
Кількість діючих суб'єктів господарювання, од.	306369	338256	355877	380597	373822
Кількість зайнятих працівників, тис. осіб	5801,1	5812,9	5959,5	6407,5	6366,1
Витрати на персонал, млн грн	434790,1	569937,3	727110,1	901245,3	990589,2
Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг), млн грн	6237535,2	7707935,2	9206049,5	9639730,6	10049870,8
Додана вартість за витратами виробництва, млн грн	1702670,5	2099504,8	2310580,6	2744295,8	2883240,0
Капітальні інвестиції, млн грн	281667,9	359159,8	471115,5	524474,1	398478,1
Фінансовий результат (сальдо) до оподаткування, млн грн	69887,8	236952,1	369212,3	613044,0	134734,3

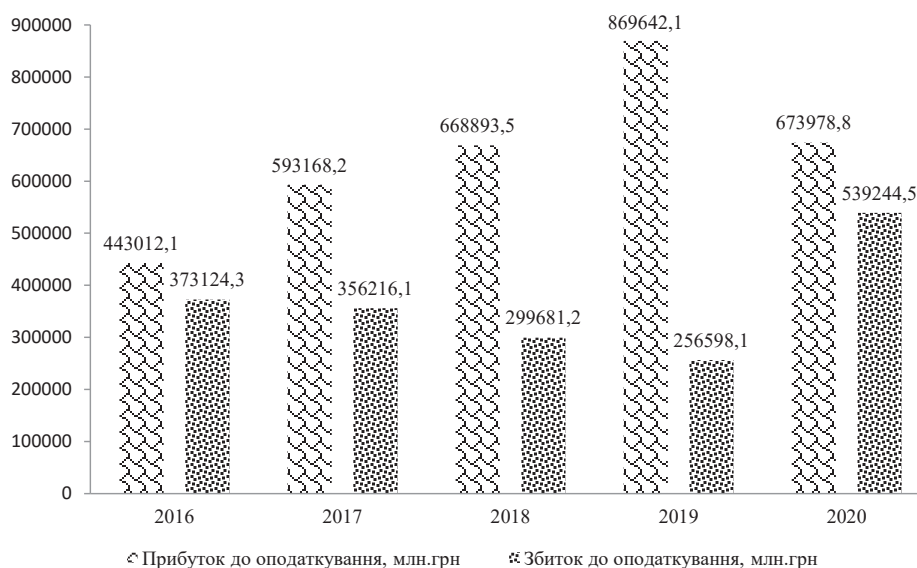


Рис. 2. Динаміка показника фінансового результату (прибуток/збиток) суб'єктів підприємництва до оподаткування (2016-2020 рр.) [11]

створених суб'єктів малого підприємництва тощо. Для подолання цих та інших перешкод розвитку підприємництва в умовах глобалізації економіки необхідно здійснення державою належного кредитування та надання відповідної підтримки; зменшення податкового навантаження та підтримка малого підприємництва; крім того важливою передумовою є обов'язковість здійснення науково-технічних, інноваційних інвестиційних, маркетингових процесів, а також орієнтація підприємництва на міжнародне співробітництво: імпорт, експорт, франчайзинг, іноземні інвестиції тощо.

Висновки. Таким чином, для сучасного стану розвитку підприємництва в Україні в умовах глобалізації економіки характерні тенденції до підвищення значення зовнішнього середовища, яке постає визначальним порівняно із внутрішнім середовищем біз-

несу. Слід відмітити позитивну динаміку показника простоти ведення бізнесу відповідно до дослідження Світового банку, відповідно до якого Україна в 2020 р. зайняла 67 місце серед 183 країн світу, а у 2012 р. – 149 місце, у 2015 р. вдалося увійти в сотню і зайняти 96 місце. Аналіз динаміки основних показників діяльності підприємств у 2016-2020 рр. показав, що спостерігається загальна тенденція для досліджуваного періоду: до 2019 р. відбувалося покращення показників, а в 2020 р. – їх падіння. Важливою передумовою розвитку підприємництва в умовах глобалізації економіки є обов'язковість здійснення науково-технічних, інноваційних, інвестиційних, маркетингових процесів, а також орієнтація підприємництва на міжнародне співробітництво: імпорт, експорт, франчайзинг, іноземні інвестиції тощо.

Список використаних джерел:

1. Levitt T. The globalization of markets. *Harvard Business Review*. 1983. May-June Issue. pp. 92–102.
2. Robertson R. *Globalization: Social theory and global culture*. L.: Sage, 1992. 240 p.
3. Иноземцев В. Глобализация: иллюзии и реальность. *Свободная мысль*. 2000. № 1. С. 26–36.
4. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. Пер. с англ. Под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
5. Кастельс М. Интернет-галактика. Міркування щодо Інтернету, бізнесу і суспільства. Пер. з англ. К.: «Ваклер», 2007. 304 с.
6. Soros G. Towards A Global Open Society. Atlantic, January 1998. URL: <http://www.hartford-hwp.com/archives/25a/086.html>.
7. Friedman J. *Oligopoly Theory*. Cambridge. 1989. URL: <https://econpapers.repec.org/bookchap/cupcbooks/9780521282444.htm>.
8. Паньков В. Глобализация экономики: qualis es et quo vadis? *Мировая экономика и международные отношения*, 2011, № 1, С. 16–24.
9. Doing Business. URL: <https://www.worldbank.org/en/programs/business-enabling-environment/doing-business-legacy>.
10. Ведення бізнесу (Doing Business). Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83.
11. Діяльність суб'єктів господарювання: статистичний збірник. За ред. М. Кузнецової. Відп. за вип. О. Вишнеvsька. Київ : Державна служба статистики України, 2021. 151 с.
12. Лагодієнко В.В., Лагодієнко В.В., Сафонов В.В., Митяй О.В. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств як основний важіль сталого розвитку аграрної сфери. *Економічний часопис – XXI*. 2015. №155 (11–12), С. 59–62.

References:

1. Levitt T. (1983) The globalization of markets. *Harvard Business Review*. May-June Issue. pp. 92–102.
2. Robertson R. (1992) *Globalization: Social theory and global culture*. L.: Sage.

3. Ynozemtsev V. (2000). *Hlobalyzatsyia: ylliuzyy y real'nost'. Svobodnaia mysl'* [Globalization: illusions and reality]. *Free thought*, no. 1, pp. 26–36.
4. Kastel's M. (2000) *Ynformatsyonnaia epokha: ekonomyka, obschestvo y kul'tura* [The information age: economics, society and culture]. Shkaratana O.Y. (ed.). Moscow: HU VShE. (in Russian)
5. Kastel's M. (2007) *Internet-halaktyka. Mirkuvannia schodo Internetu, biznesu i suspil'stva* [Internet Galaxy. Reflections on the Internet, business and society]. Kyiv: «Vakler». (in Ukrainian)
6. Soros G. Towards A Global Open Society. Atlantic, January 1998. Available at: <http://www.hartford-hwp.com/archives/25a/086.html>. (accessed 01 February 2022).
7. Friedman J. Oligopoly Theory. Cambridge. 1989. Available at: <https://econpapers.repec.org/bookchap/cupcbooks/9780521282444.htm>. (accessed 01 February 2022).
8. Pan'kov V. (2011) Globalizacija jekonomiki: qualis es et quo vadis? [Globalization of the economy: qualis es et quo vadis?]. *World Economy and International Relations*, no. 1, pp. 16–24.
9. Doing Business. Available at: <https://www.worldbank.org/en/programs/business-enabling-environment/doing-business-legacy>. (accessed 01 February 2022).
10. Vedennia biznesu (Doing Business). Vikipediia. Available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F_%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D1%83. (accessed 01 February 2022).
11. Kuznietsovoi M., Vyshnevs'ka O. (ed.) (2021) *Diial'nist' sub'ektiv hospodariuvannia: statystychnyj zbirnyk* [Activities of economic entities: statistical collection]. Kyiv: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy.
12. Lahodiienko V.V., Lahodiienko V.V., Safonov V.V., Myt'aj O.V. (2015) Konkurentospromozhnist' sil's'kohospodars'kykh pidpriemstv iak osnovnyj vazhil' staloho rozvytku ahrarnoi sfery [Competitiveness of agricultural enterprises as the main lever of sustainable development of the agricultural sector]. *Economic Annals-XXI*, no. 155 (11-12), pp. 59–62.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.37

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-11>**Костецький Я. І.**

доктор економічних наук, доцент,
професор кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5487-2996>

Брик М. М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
Західноукраїнський національний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0861-9057>

Yaroslav Kostetskyi, Mykhailo Bryk
West Ukrainian National University

ІНТЕГРОВАНА ФІНАНСОВА ЗВІТНІСТЬ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ, ЇЇ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ ВПРОВАДЖЕННЯ

В статті розглядається проблема підвищення прибутковості на сільськогосподарських підприємствах через призму впровадження інтегрованої фінансової звітності і оперативного контролю за формуванням показників фінансових результатів вже на стадії виробництва продукції. Застосування економічних важелів регулювання сільськогосподарського виробництва можливе за умови повного врахування всіх чинників його ефективності. В цьому аспекті важливість інформації про стан розвитку галузі безспірна, адже лише на основі її усесторонньої інтерпретації та аналітичного осмислення можна виробити й застосувати обґрунтовані заходи щодо подальшого спрямування діяльності сільськогосподарських товаровиробників у напрямі підвищення її економічної ефективності. Причому це однаково значиме як на макро – , так і на мікрорівні, тобто, для державних органів управління та безпосередньо менеджерів сільськогосподарських підприємств, оскільки такі заходи мають бути узгодженими.

Ключові слова: бухгалтерський облік, інтегрована звітність, міжнародні стандарти, фінансова звітність, аналіз, фінансові результати, показники звітності, сільське господарство, користувачі інформації.

INTEGRATED FINANCIAL REPORTING IN AGRICULTURE, ITS COMPOSITION AND PROBLEMS OF IMPLEMENTATION

The article considers the problem of increasing profitability in agricultural enterprises through the prism of the introduction of integrated financial reporting and operational control over the formation of financial performance indicators at the stage of production.

The main stages of its formation are determined and the method of reporting is proposed. An analysis of the main approaches and principles of integrated reporting. Its constituent elements are presented and the essence of reporting indicators on the basis of which the management makes the corresponding administrative decisions is opened.

The main problems and prerequisites for compiling integrated reporting by domestic enterprises are revealed. Features of improvement of the organization of drawing up of the given reporting by the enterprises are considered.

In today's dynamic world, there have been changes in the conditions of activity and doing business. Such changes are due to globalization; growing demands for "transparency" of company reporting; environmental problems. Hence, reporting should not only show the operational, financial and investment activities of the enterprise, but also summarize information on current issues of social, economic, environmental and managerial importance.

The use of economic levers to regulate agricultural production is possible provided that all factors of its efficiency are fully taken into account. In this aspect, the importance of information on the state of development of the industry is indisputable, because only on the basis of its comprehensive interpretation and analytical thinking can develop and apply reasonable measures to further direct the activities of agricultural producers to improve its economic efficiency.

One way to expand information mechanisms is to introduce an integrated reporting model in business, which covers not only information about the company's financial performance, but also contains additional explanations and justifications, summarized in the form of non-financial indicators for social, environmental and strategic activities.

Key words: accounting, integrated reporting, international standards, financial reporting, analysis, financial results, reporting indicators, agriculture, users of information.

JEL classification: M40, M41, M42, M49, N50, Q13, Q18

Постановка проблеми. У процесі інтеграції національної економіки до світового господарства відбувається зміна поглядів на склад і структуру фінансової звітності, складання якої є завершальним етапом облікового процесу. Постільки включає сукупність достовірної інформації та показників діяльності господарюючого суб'єкта, групи взаємозалежних організацій за певний період часу, згрупованих у встановленому порядку та послідовності, то розглядалася як основне джерело інформації для користувачів з метою прийняття ними відповідних рішень. Мета складання звітності – згрупувати облікову інформацію та подати її зацікавленим користувачам.

Види звітності, з різних критеріїв, завжди привертати увагу наукової громадськості. У наукових джерелах наводяться різні класифікації видів звітності. Тому важливо визначити, яке місце може зайняти інтегрована звітність, а також її значення як носія фінансової та нефінансової інформації про різноманітні види діяльності та умови їх здійснення господарюючими суб'єктами.

До недавнього часу, вважалося, що фінансова звітність у достатній мірі задовольняє запити користувачів і є надійним джерелом інформації, проте в даний час виявилось, що її даних явно недостатньо, тому на часі ідея застосування інтегрованої звітності. На основі існуючого стандарту з інтегрованої звітності ведуться наукові дискусії про її склад та зміст. Відомо, що сільськогосподарські підприємства складають спеціалізовану бухгалтерську звітність, що включає в себе як фінансову, так і нефінансову інформацію. Разом з тим, склад та зміст даної звітності вимагають вдосконалення, виходячи із сьогоденних запитів та потреб.

За таких умов для управління компаніями чи групами компаній необхідна як фінансова, так і нефінансова інформація, а дослідження перспектив розвитку інтегрованої звітності в сільському господарстві України, доцільності можливої імплементації міжнародних стандартів інтегрованої звітності є актуальною проблемою, що потребує поглибленого вивчення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій школі з бухгалтерського обліку України питанням звітності приділялась надзвичайна увага. Вченими оброблювалися: ефективність формування та обробки інформації, запити різних рівнів управління на інформацію економічного, екологічного і соціального характеру, особливості використання людських і природних ресурсів та багато іншого.

Питання концептуальних основ інтегрованої звітності та формування її окремих складових знайшли відображення в роботах таких українських вчених, як В.М. Жук, П.Й. Атамас, Т.В. Давидюк, І.В. Замула, В.М. Костюченко, Р.О. Костишко, К.В. Безверхий, О.А. Лаговська, Н.О. Лоханова, Н.В. Семенишин, О.Г. Сокіл, П.Я. Хомина та інші [1,3,4,9,11,14].

Проблемам формування інтегрованої звітності присвячені роботи зарубіжних вчених, як Л. Бернстайна, М. Ван Бреда, М. Кутера, М.І. Сидорової, Т.В. Шимоханської та ін.

У 2018 році з'явилось цікаве дослідження теоретико-методологічних основ бухгалтерського обліку сталого розвитку сільськогосподарських підприємств [14]. Його автор – О.Г. Сокіл обґрунтовує необхідність

змін у побудові обліку з метою інформаційного забезпечення інтегрованої звітності. Розробці методичних засад формування інтегрованої звітності підприємства присвячені дослідження К.В. Безвершого [3].

Можна констатувати, що в Україні існують різнопланові наукові підходи щодо побудови та інформаційного забезпечення інтегрованої звітності. Очевидною є потреба як їх узгоджень, так і гармонізації, націленості на вирішення проблем з врахуванням стану соціально-економічного розвитку економіки країни. Відтак варто приділити більшу увагу інституціонально-історичним та галузевим аспектам запровадження, а точніше, відновлення на інтегрованій основі розширеної звітності в Україні.

Аналіз праць вказує на необхідність врегулювання питань щодо формування інтегрованої звітності на законодавчому рівні, розробки теоретико-методичних засад відповідно до концепції сталого розвитку суспільства.

Мета статті полягає у дослідженні стану та розробка теоретико-методичних підходів формування змісту і визначення складу інтегрованої звітності суб'єктами господарювання в сільському господарстві згідно з міжнародними стандартами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зацікавленість у зростанні вартості компанії, зниженні ризиків при інвестуванні, підвищенні суспільної довіри до діяльності обумовлює необхідність складання інтегрованої звітності та вимагає розробки належного методичного підґрунтя.

На теперішньому етапі розвитку світової економіки інтегрована звітність є одним з ключових інструментів корпоративного управління. Світ змінюється під впливом глобалізації, розвитку технологій, зростання чисельності населення і тиску на екосистему у зв'язку зі збільшенням споживання природних ресурсів [8].

Інтегрована звітність відрізняється від фінансової звітності тим, що в ній присутня, поряд з фінансовою і нефінансовою інформацією. Ця звітність включає інформацію про такі види капіталу: фінансовий, виробничий, інтелектуальний, людський, соціально-репутаційний і природний. Основна мета інтегрованої звітності – показати створення вартості організації за певний період.

Наукові дослідження самого поняття інтегрованої звітності призвели до дискусії про перехід до інтегрованого обліку за схемою "знизу – верх", тобто з оперативного та бухгалтерського обліку на будь-якій єдиній платформі обробки даних [4].

На нашу думку, маємо розглядати інтегровану звітність на предмет можливості інтеграції інформації. Відомо, що саме поняття "інтеграція" походить від слова "інтегрувати (-ний)", що "означає об'єднувати в одне ціле".

Відповідно до положень стандарту з інтегрованої звітності, інтеграція інформації необхідна, перш за все, для складання корпоративної звітності, що подається на фондові ринки. Однак, виходячи з визначення "інтегрувати", можна розглядати інтегровану звітність не тільки з одного боку – формування і підготовка корпоративної звітності для інвесторів, але й корисності для інших користувачів (табл. 1).

Таблиця 1

Цілі інтегрованої звітності для різних груп користувачів

Користувачі Інтегрованої звітності	Цілі складання та уявлення інтегрованої звітності
Власники (акціонери, засновники, пайовики) організації, її інвестори, постачальники засобів виробництва, позикодавці, банки, інші організації з прямим та непрямим фінансовим інтересом.	Формування та подання всебічної та достовірної інформації про використання фінансового, виробничого, інтелектуального, людського, соціально-репутаційного та природного капіталів у створенні вартості.
Органи державної влади (на рівні районів, областей, країни – органи управління, міністерства, відомства)	Сформувати та подати інформацію про стан та ефективність використання коштів фінансового, виробничого, інтелектуального, людського, соціально-репутаційного та природного капіталів у створенні нової вартості у вигляді сільськогосподарської продукції, біологічних та інших активів, що забезпечують прогресивний розвиток стадій процесу розширеного відтворення.
Орендодавці земельних ділянок та майна, а також основні працівники, інженерно-технічні працівники та працівники апарату управління організації	Формування та подання інформації про оренду земельних ділянок, майна (активів), склад та чисельності персоналу (працівників) організації, оплати праці, соціальних виплатах, витратах праці, продуктивності праці, трудомісткості виробництва, ділової активності апарату управління та використання з цією метою коштів фінансового, виробничого, людського, інтелектуального, соціально-репутаційного капіталів.
Суспільність загалом	Сформувати інформацію про роль та вклад організації в економіку району, країни, у тому числі щодо забезпечення зайнятості населення, ступеня участі у формуванні соціальної інфраструктури сільської території, формуванні доходів бюджетів різних рівнів за рахунок податків, що сплачуються, формуванню державних позабюджетних фондів за рахунок відрахувань на соціальне страхування та забезпеченості працівників організацій. При цьому в інтегрованій звітності має бути подана інформація про використання на ці заходи коштів фінансового, соціально-репутаційного, людського капіталів та засобів державної допомоги.

Джерело: побудовано авторами на підставі [2]

У певній мірі бухгалтерська звітність сільськогосподарських організацій є інтегрованою, оскільки поєднує у собі як фінансову, так і нефінансову інформацію. Вона складається і представляється внутрішнім та зовнішнім користувачам, у тому числі органам державної влади, у вигляді індивідуальної та зведеної звітності, на районному, обласному, регіональному рівнях та на рівні країни в цілому [7].

На практиці, слід вивчити можливості застосування інтегрованої звітності у сільськогосподарських організаціях, виходячи з особливостей діяльності підприємств цієї галузі та існування на окремій сільській території. Особливості існування таких підприємств наступні:

- на конкретній території (якщо сільськогосподарське підприємство не розташоване у приміській зоні) можна знайти роботу тільки на території цього підприємства, тобто люди мають бути забезпечені роботою у нормальних умовах;

- на відміну від промислових підприємств, у яких не залишилося допоміжних виробництв, оскільки останні два десятиліття вважалося, що вони повинні займатися лише основною діяльністю, географічне розташування сільськогосподарських організацій не дозволяє відмовитися від допоміжних виробництв. У сільськогосподарських організаціях залишилися ремонтно-механічні майстерні, машинно-тракторний парк, автотранспорт, гужовий транспорт та інші види допоміжних виробництв;

- на території сільського населеного пункту мають бути розташовані дитячий садок, бібліотека, школа, медичний пункт, в ідеалі ще спорткомплекс. Без цього поселення стає "вимираючим". Причому, якщо ці об'єкти передані на баланс місцевої адміністрації (в ефективних сільськогосподарських організаціях вони так і залишилися на балансі підприємства), зазвичай, кошти на їх утримання відсутні, або їх катастрофічно не вистачає. Таким чином, сільськогосподарським організаціям мають бути надані максимальні податкові пільги для утримання "соціальних об'єктів";

- сільськогосподарські організації повинні фінансувати підготовку та перепідготовку кадрів. Якщо у містах велика конкуренція і найчастіше працівники ініціюють цей процес, аж до оплати різних курсів перепідготовки, а також навчання та здобуття вищої освіти, то в сільській місцевості слід використовувати цільові напрямки з подальшим наданням житла та роботи випускникам;

- сільськогосподарські організації повинні також мати змогу будувати житло для своїх працівників. Якщо таке житло будується на кошти господарства, то знову-таки підприємствам повинні бути надані податкові пільги або в подальшому витрати повинні погашатись (компенсуватись) за рахунок коштів цільового фінансування;

- сільськогосподарські організації здійснюють діяльність на землях різної якості, тому має складатися відповідна звітність, яка відобразить показ-

ники ефективності використання земельних угідь, з одного боку, з іншого – вкладення в земельні активи, що необхідно для відновлення та підтримки ґрунтової родючості;

- сільськогосподарські організації мають справу з живими організмами, тобто біологічними активами – рослинами та тваринами. Ефективне ведення сільськогосподарського виробництва потребує вирощування високопродуктивних тварин та високоврожайних елітних сортів рослин;

- у всьому світі сільськогосподарське виробництво є дотаційним. Такі заходи, як поліпшення породного складу стада, використання високоврожайних сортів рослин, вкладення у земельні угіддя, соціальну інфраструктуру вимагають державної підтримки [13].

У свою чергу, держава має контролювати цільове та ефективне використання бюджетних коштів.

Виходячи з перелічених особливостей функціонування сільських економічних суб'єктів, вважаємо, що вся діяльність сільськогосподарських організацій має будуватися на засадах господарського розрахунку з урахуванням дії основних економічних законів (законів вартості, ефективності виробництва, прибутковості) та соціальної справедливості.

Вважаємо, що мета діяльності сільськогосподарських підприємств – забезпечення продовольчої незалежності та безпеки, а також соціально-орієнтованого розвитку території розташування. З цього погляду має формуватися інформація в інтегрованій звітності.

Найбільшу складність в інтегрованій звітності представляє собою реальне відображення ступеня участі коштів природного капіталу у створенні нової вартості (виробництві продукції). До засобів природного капіталу можна віднести отримані суми державної підтримки на фінансування заходів щодо збереження та відновлення родючості ґрунтів земель сільськогосподарського призначення, а також на фінансування державних підприємств і сільськогосподарських підприємств, їх агротехнічних та зооветеринарних заходів [10].

Однак частина зростання виробництва продукції, кількість та якість біологічних активів у сільськогосподарських організаціях відбувається за рахунок природного капіталу (абіотичного капіталу). Кошти природного капіталу сільському господарстві застосовують у вигляді сонячного світла, тепла, повітря, вологи (опадів), природної родючості ґрунту. Зазначимо, що використання або участь у створенні нової вартості (виробництві продукції, зростанні кількості та якості біологічних активів) абіотичного капіталу на пряму неможливо визначити. Однак на підставі аналізу врожайності сільськогосподарських культур, продуктивності сільськогосподарських тварин у динаміці (за 10-15 років) та по районах відповідного суб'єкта України можна встановити реальні величини (індикатори) впливу умов природного середовища (абіотичного капіталу) за кожен рік на врожайність сільськогосподарської культури і продуктивність сільськогосподарських життєдайних. Виходячи з цього, у відповідних формах звітності слід коригувати з ступеня участі (використання) коштів реального природного капіталу у створенні нової вартості (виробництві продукції та додаткових біологічних активів) [15].

Вважаємо, що при формуванні інтегрованої звіт-

ності сільськогосподарським організаціям слід керуватися не тільки галузевою інструкцією по заповненню форм спеціалізованої звітності. Її можна доповнити інформацією про різні види капіталу та інші необхідні дані. Слід звернути увагу на те, щоб склад звітності та її інформаційне наповнення відповідали принципам об'єктивності, реальності та раціональності.

Проаналізувавши інформаційне наповнення цих видів капіталів стосовно мети складання інтегрованої звітності для зовнішніх користувачів, у тому числі державних органів влади та громадськості.

Таким чином, слід визнати, що спеціалісти сільськогосподарських підприємств – це результат роботи не одного покоління фахівців найвищого рівня.

В даний час, як зазначалося, потрібно доопрацювання спеціалізованих форм звітності сільськогосподарських організацій, що відповідають сучасним вимогам інформативності, прозорості та контрольно-аналітичного забезпечення управління сільським господарством [5].

Проте складання зазначених форм звітності, розкриття інформації, у них вимагає серйозної підготовки бухгалтерів, аудиторів, контролерів. Наприклад, складання таких звітних форм, як 6-АПК, 7-АПК, 9-АПК, 13-АПК, вимагає глибоких знань технологій сільського господарства, організації в даній галузі обліку витрат на виробництво, виходу продукції, калькулювання її собівартості у рослинництві, тваринництві та промисловому виробництві (переробці сільськогосподарської продукції) [12].

Слід зазначити, що відповідно до запитів фондових ринків, банківської системи та державних органів влади продовжує активно розвиватися форми фінансової та нефінансової звітності у вигляді як індивідуальної, так і корпоративної інтегрованої звітності. Вказане має вплив на мікро- та макrorівнях розвитку економіки.

Таким чином, на основі вже отриманого практичного досвіду слід розвивати напрацьовані десятиліттями теоретичні та методичні аспекти в галузі бухгалтерської звітності у сільському господарстві, провівши модернізацію та вдосконалення інформаційної платформи формування інтегрованої звітності для прийняття ефективних управлінських рішень.

Висновки з проведеного дослідження. Інтегрована звітність стає найбільш інноваційним і цільним підходом до корпоративної звітності у світі та в Україні. Інтегрована звітність створює більш зв'язний і ефективний підхід до корпоративної звітності.

Проаналізувавши цілі складання інтегрованої звітності для різних груп користувачів, склад та структура спеціалізованої бухгалтерської звітності сільськогосподарських підприємств, можна зробити висновок, що інтегрована звітність може складатися не тільки як вид корпоративної звітності, а й індивідуальної звітності підприємств галузі. Соціальні показники – одні з головних у сільській місцевості, досягнення їх та підтримка – головне завдання організацій даного виду діяльності.

Теоретична спрямованість і практична значимість результатів, отриманих в процесі наукового дослідження, дозволяють зробити висновок про доцільність їх використання у практичній діяльності сільськогосподарських підприємств та у подальшого вивченні.

Список використаних джерел:

1. Атамас П. Й. Інтегрована корпоративна звітність: проблеми впровадження. *Академічний огляд*. 2015. № 1(42). С. 78–85.
2. Алборов Р.А., Концевая С.М., Козменкова С.В. Интегрированная отчетность в сельском хозяйстве: состав и проблемы внедрения. *Международный бухгалтерский учет*. 2018. Т. 21, № 4. С. 413–428.
3. Безверхий К. В. Методичні засади формування інтегрованої звітності підприємства. *Облік і фінанси*. 2014. № 3(65). С. 8–14.
4. Євдокимов В. В., Легенчук С. Ф., Грицишен Д. О., Баришнікова О. М. *Інтегрована звітність підприємств: монографія*. Житомир: ЖДТУ. 2014. 180 с.
5. Єфименко Т. І. Запровадження інтегрованої звітності та реформування бухгалтерського обліку в умовах євроінтеграції. *Фінанси України*. 2014. №10. С. 7–23.
6. Жук В. М. Інтегрована звітність: ретроспектива і перспектива в Україні. *Облік і фінанси*. 2019. № 1(83). С. 20–27. (дата звернення: 16.02.2022) DOI: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-20-27](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-20-27)
7. Кравченко О.В., Овчарова Н.В. Теоретичні та методичні засади формування інтегрованої звітності в Україні. *Економіка і суспільство*. Вип. 6. 2016. вид-во: Мукачівський державний університет. С. 359–366.
8. Крутова А. С., Нестеренко О. О. Переваги інтегрованої звітності та перспективи її імплементації в Україні. *Innovation in science and education: challenges of our time*. London: IASHE, 2016. С. 52–58
9. Костирко Р.О. Перспективи міжнародної інтегрованої звітності. (дата звернення: 14.02.2022) URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO.
10. Костирко Р. О., Лісничка Т.В. Інтегрована звітність – інструмент забезпечення сталого розвитку суспільства. *Економіка. Менеджмент. Підприємництво*. 2012. №24 (I). С. 189–195.
11. Лоханова Н. О. Інтегрована звітність як продукт цілісної обліково-аналітичної системи. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2012. Вип. 4(47). С. 50–56.
12. Мулик Т. О., Ващілова Н. В. Інтегрована звітність підприємства: стан та перспективи розвитку. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. – URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7404> (дата звернення: 15.02.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.59
13. Нестеренко О. О. Методологія та організація формування інтегрованої звітності: автореф. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук: спец. 08.00.09. Харків, 2018. 40 с.
14. Сокіл О. Г. *Теоретико-методологічні засади бухгалтерського обліку сталого розвитку сільськогосподарських підприємств: монографія*. Мелітополь: ТОВ «Колор Принт», 2018. 454 с.
15. Томчук В. В. Інтегрована звітність: новий етап у еволюції бухгалтерського обліку. *Фінанси, облік, банки*. №1 (22). 2017. С.170–180.

References:

1. Atamas, P. J. (2015), "Integrated Corporate Reporting: Implementation Issues", *Intehrovana korporatyvna zvitnist': problemy vprovadzhennia* [Integrated soundness of the enterprise and prospect of development]. *Akademichnyy ohliad*, vol. 1(42), pp. 78–85. [in Ukrainian]
2. Alborov R.A., Kontsevaya S.M., Kozmenkova S.V. *Integrirovannaya otchetnost v selskom khozyaystve: sostav i problemy vnedreniya* [Integrated reporting in agriculture: A structure and the problems of implementation]. *Mezhdunarodnyy bukhgalterskiy uchet*. 2018. vol. 21, iss. 4, pp. 413–428. [in Russ]
3. Bezverkhyy, K. V. (2014), *Metodychni zasady formuvannia intehrovanoi zvitnosti pidpriemstva* [Methodological Bases of Creating the Enterprise's Integrated Reporting]. *Oblik i finansy*. vol. 3(65), pp. 8–14. [in Ukrainian]
4. Jevdokymov, V.V., Legenchuk, S.F., Grycysheh, D.O. & Baryshnikova, O.M. (2014). *Integrovana zvitnist' pidpriemstv* [Integrated business reporting]. Zhytomir: ZhDTU, pp. 180 [in Ukrainian]
5. Yefymenko, T. I. (2014). *Zaprovadzhennya intehrovanoi zvitnosti ta reformuvannya bukhgalters'koho obliku v umovakh yevrointehratsiyi* [Introduction of integrated reporting and accounting reform in the context of European integration]. *Finansy Ukrayiny*, vol. 10, pp. 7–23. [in Ukrainian]
6. Zhuk V.M. (2019). *Intehrovana zvitnist': retrospektyva i perspektyva v Ukraini* [Integrated Reporting: A Retrospective and Perspective in Ukraine]. *Accounting and Finance*. 2019. vol. 1(83), pp. 20–27. (date of access: 16.02.2022) URL: [https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1\(83\)-20-27](https://doi.org/10.33146/2307-9878-2019-1(83)-20-27).
7. Kravchenko, O.V., Ovcharova, N.V. (2016). *Teoretychni ta metodychni zasady formuvannia intehrovanoi zvitnosti v Ukraini* [Theoretical and methodological foundations of the formation of integrated reporting in Ukraine]. *Ekonomika i suspil'stvo*. vol. 6, vyd-vo: Mukachivs'kyj derzhavnyj universytet, pp. 359–366. [in Ukrainian]
8. Krutova, A. S., Nesterenko, O. O. (2016). *Perevahy intehrovanoi zvitnosti ta perspektyvy yii implementatsii v Ukraini* [The advantages of integrated reporting and the prospects for its implementation in Ukraine]. (pp. 52–58). *In Innovation in science and education: challenges of our time*. London: IASHE. [in UK]
9. Kostyrko R.O. (2014) *Perspektyvy mizhnarodnoi intehrovanoi zvitnosti* [Prospects for International Integrated Reporting]. (date of access: 14.02.2022) URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21CO. [in Ukrainian]
10. Kostyrko, R. O., Lisnycha, T.V. (2012) *Intehrovana zvitnist' – instrument zabezpechennia staloho rozvytku suspil'stva* [Integrated reporting is a tool for ensuring the sustainable development of society]. *Ekonomika. Menedzhment. Pidpriemnytstvo*. vol. 24 (I), pp. 189–195. [in Ukrainian]
11. Lokhanova, N. O. (2012). *Intehrovana zvitnist' iak produkt tsilisnoi oblikovo-analitychnoi systemy* [Integrated reporting as a product of a holistic accounting and analytical system]. *Visnyk sotsial'no-ekonomichnykh doslidzhen'*, vol. 4(47), pp. 50–56. [in Ukrainian]
12. Mulyk, T. and Vascshilova, N. (2019). *Intehrovana zvitnist' pidpriemstva: stan ta perspektyvy rozvytku* [Integrated soundness of the enterprise and prospect of development]. *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 11, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7404> (date of access: 15.02.2022). DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.59
13. Nesterenko, O. O. (2018). *Metodolohiia ta orhanizatsiia formuvannia intehrovanoi zvitnosti* [Methodology and organization of the formation of integrated reporting]. (Dissertation abstract). Kharkiv: Kharkivskiy derzhavnyy universytet kharchuvannia ta torhivli, pp. 40. [in Ukrainian]

14. Sokil, O. H. (2018). *Teoretyko-metodolohichni zasady bukhhalterskoho obliku staloho rozvytku silskohospodarskykh pidpryemstv* [Theoretical foundations of accounting for sustainable development of agricultural enterprises]. Melitopol: TOV «Kolor Pryn»», pp. 454. [in Ukrainian]
15. Tomchuk, V.V. (2017). Intehrovana zvitnist': novyi etap u evoliutsii bukhhalterskoho obliku [Integrated reporting: a new stage in accounting evolution]. *Finansy, oblik, banky*, vol. 1(22), pp. 170–180. [in Ukrainian]

УДК 657.6 (3):338

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-12>

Євсєєва О. О.

доктор економічних наук, професор,
Український державний університет залізничного транспорту
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2042-8277>

Ievsieieva Olga

Ukrainian State University of Railway Transport

КОНЦЕПТУАЛЬНИЙ ПІДХІД МЕТОДОЛОГІЇ ПІДГОТОВКИ ЗВІТНИХ ДАНИХ У ПОРІВНЯЛЬНИЙ ВИГЛЯД ПРИ РОЗРАХУНКУ ПОКАЗНИКІВ ФІНАНСОВОГО СТАНУ

Розрахунок показників фінансового стану на підставі форм фінансової звітності (повної або спрощеної) містить комплекс заходів, чітка послідовність виконання яких (приведення даних у порівняльний вигляд; визначення критеріїв і показників оцінки фінансового стану; обчислення показників за період, що аналізується; оцінка фінансового стану за показниками в динаміці; розробка конкретних заходів та прийняття управлінських рішень) є запорукою якісного економічного аналізу, мета якого в тому числі полягає й у виключенні перекручування інформації в обґрунтуванні ефективних управлінських рішень на мікро- та макрорівнях. Виключення хибних висновків стає можливим вже на першому етапі впровадження економічного дослідження – приведення даних у порівняльний вигляд. В публікації розкриті методологічні підходи забезпечення співставності показників фінансової звітності для здійснення розрахунку й аналізу показників фінансового стану в умовах стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі. З огляду на відсутність методології за означенням наперед розроблені концептуальні методологічні підходи оцінки співставності показників фінансової звітності та, у разі необхідності, доведення її показників до співставного вигляду, для розрахунку показників фінансового стану.

Ключові слова: звітність, співставність показників, методологія, процедури порівняльності, всеосяжність інформації, показники фінансового стану, динаміка показників, концептуальний підхід.

CONCEPTUAL APPROACH OF THE METHODOLOGY FOR PREPARING REPORTING DATA IN A COMPARATIVE FORM TO CALCULATE FINANCIAL STANDING INDICATORS

Calculation of financial standing indicators based on financial reporting forms (complete or simplified) contains a set of measures, which should be observed in a strict sequence (bringing data into comparative form; determining criteria and indicators for assessing financial standing; calculating indicators for the period under review; assessing financial condition by indicators over time; developing specific measures and making managerial decisions) to perform high-end economic analysis, the purpose of which is also preventing information distortion in the justification of effective management decisions at the micro and macro levels. Prevention of erroneous conclusions becomes possible already at the first stage of implementing economic research – bringing the data into a comparative form. Currently, in addition to the definitions of the main terms regarding the composition of financial statements which are included in the legislation, there are practically no scientific studies on the correctness of applying financial standing indicators in calculations using financial reporting indicators of various types – at the reporting date and for the reporting period, despite they are in one corresponding reporting period (quarter, half-year, year). The publication presents conceptual methodological approaches to ensuring comparability of financial reporting indicators for calculating and analyzing financial standing indicators provided comprehensive information content is accessible of reporting data over time. In view of the lack of methodology in this area, conceptual methodological approaches have been developed to assess the comparability of financial reporting indicators and, if necessary, to bring its indicators to a comparable form for calculating financial standing indicators. The developed conceptual approaches are the basis for further alternative modeling, depending on the purpose of the study and other factors, such as the comprehensive information content of reporting data over time. As a result of the scientific development, the author of the study has provided conceptual proof of the expediency of conducting annual reports and interim reports in the analysis, the methodological need to bring its indicators to a comparable form for calculating financial standing indicators using special procedures, such as calculating the "arithmetic mean balance sheet" and preparing a "settlement statement of financial standing", respectively, depending on the time parameter of reporting. The relevance of the procedure for preparing reporting data for a comparable form before the fundamental analysis is proved.

Keywords: reporting, comparability of indicators, methodology, comparability procedures, comprehensiveness of information, indicators of financial standing, change of indicators, conceptual approach.

JEL classification: C18, C67, M40, O12

Постановка проблеми. Оцінка фінансового стану суб'єктів господарювання полягає у розрахунку та вивченні комплексу показників, які відображають різні аспекти діяльності підприємства та впливають на обґрунтованість та ефективність управлінських рішень на мікро- та макрорівнях [1].

За результатами оцінки фінансового стану можна розробити заходи щодо покращення структури капіталу, відновлення платоспроможності, підвищення рентабельності, визначити оптимальний розмір потрібних підприємству оборотних активів, виявити резерви підвищення ефективності функціонування підприєм-

ства та перспективи його розвитку, попередити виникнення фінансової кризи на підприємстві [2].

Розрахунок показників фінансового стану на основі показників фінансової звітності суб'єкта господарювання передбачає певні процедури, комплексне виконання яких забезпечує якісний аналіз, що складається з розрахунків коефіцієнтів фінансового стану на підставі економічно обґрунтованої інформації за показниками фінансової звітності та можливості надання об'єктивних й неупереджених висновків щодо фактичного стану та подальшого розвитку суб'єкта господарювання [3].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Управління фінансово-господарською діяльністю підприємств має ґрунтуватися на використанні структурованих та достовірних даних про фінансовий стан підприємства, основним інформаційним джерелом здійснення якого є економічні та інші показники діяльності суб'єкта господарювання, які в сучасних умовах акумулюються у фінансовій звітності, формування показників якої відбувається на підставі даних бухгалтерського обліку, як складової частини науки про управління [4].

Розмаїття поглядів на методику оцінки фінансового стану призвело, з одного боку, – на закріплення наукового обґрунтування авторських підходів, а з іншого, – до десистематизації можливо розрахованих показників. В той же час, всі сучасні автори сходяться в думці про розрахунок цих показників на основі показників форм фінансової звітності. [3] Так, наприклад, у відборі інформації для будь-якого аналізу та зокрема для розрахунку показників фінансового стану покладається безперечне положення про необхідність застосування процедури оцінки співставності вхідної інформації з погляду основних методологічних положень щодо відбору статистичних даних у дослідження (Андреева Г.І. [5], Мних Є.В. [6]), підтверджується змістовність даних бухгалтерського обліку для аналітичних досліджень (Калабухова С.В. [7]), з метою забезпечення співставності облікових даних у разі зміни облікової політики за порівняльні періоди на законодавчому рівні встановлюється необхідність перерахунку показників шляхом перспективного/ретроспективного застосування [8], методичні підходи до оцінювання фінансового стану підприємства (Масюк Ю.В., Резниченко О.В. [9]), розкрита актуальність застосування показників фінансової звітності у прорахунку показників фінансового стану із обґрунтуванням загальної методики (Яцук О.О., Захарова Н.Ю. [10]). Нині, окрім фундаментальних визначень у законодавстві [8, 11], відсутні наукові дослідження про коректність застосування у розрахунках показників фінансового стану із використанням показників фінансової звітності різних за своєю якісною сутністю показників – на звітну дату та за звітний період, не дивлячись на їх об'єднаність одним відповідним звітним періодом (квартал, півріччя, рік).

Нині потребує додаткових досліджень як на теоретичному рівні в площині розробки певних методологічних підходів щодо коректності застосування у розрахунках показників фінансового стану із використанням показників фінансової звітності різних за своєю якісною сутністю показників, так і на законодавчо-прикладному рівні в площині оновлення та введення в дію відповідних норм діючого законодавства

та/або розробки нової методики оцінки фінансового стану підприємств із використанням показників фінансової звітності.

Мета статті полягає у розробці концептуальних методологічних підходів оцінки співставності показників фінансової звітності та, у разі необхідності, додаткового доведення її показників до співставного вигляду, для розрахунку показників фінансового стану.

Виклад основного матеріалу. Інформація про фінансово-господарську діяльність підприємства акумулюється у показниках фінансової звітності, методологія визначення яких чітко прописана діючим законодавством та формується через систематизацію даних на рахунках бухгалтерського обліку шляхом застосування методики складання звітності за встановленими НП(С)БО [8], П(С)БО [11] та іншими нормативними документами [12].

Одночасно порядок проведення аналізу фінансового стану підприємства за діючим законодавством регулюється Положенням «Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації», затвердженим Наказом Міністерства фінансів України та Фонду державного майна України від 26.01.2001 р. № 49/121 [13], яке визначає фінансовий стан підприємства як сукупність показників, що відображають наявність, розміщення і використання ресурсів підприємства, реальні й потенційні можливості підприємства. В той же час на сьогодні Положення [13] можна вважати неактуальним, оскільки встановлена методика розрахунку показників фінансового стану за ним була доцільна до тих пір, доки не були прийняті зміни до діючих нині НП(С)БО [8] та П(С)БО [11], в результаті яких були кардинально переформатовані показники фінансової звітності за порядком їх формування та порядком шифрування у самій звітності за встановленими кодами її статей, внаслідок чого відбулася десистематизація розрахунку показників фінансового стану на основі показників фінансової звітності.

Також законодавчим підґрунтям здійснення відповідних розрахунків є Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств, пунктом 3.4. яких розкрито загальний алгоритм щодо послідовності здійснення аналізу [14]:

підготовка звітних даних до аналізу (технічна перевірка правильності заповнення фінансової звітності, приведення даних у порівняльний вигляд тощо);

визначення критеріїв і показників оцінки фінансового стану (небагатоох найбільш важливих);

обчислення показників за період, що аналізується; оцінка фінансового стану за показниками в динаміці;

розробка конкретних заходів та прийняття управлінських рішень.

Не дивлячись на більш пізній час розробки даної Методики [14], тим не менш на сьогодні вона не втратила актуальність з точки зору змісту підходу, який закладено в ній щодо основи здійснення економічного аналізу показників фінансового стану саме за визначеними алгоритмічними процедурами. Мова йде про перший етап цієї Методики [14] (підготовка звітних даних до аналізу (технічна перевірка правильності заповнення фінансової звітності, приведення даних у порівняльний вигляд тощо)), якому, як правило, не

завжди відводиться належна увага (а іноді ігнорується фахівцями), але саме ретельне виконання цього етапу закладає підґрунтя якісного аналізу, який складається з розрахунків показників фінансового стану на підставі фінансової звітності та можливості надання об'єктивних й неупереджених висновків щодо фактичного стану та подальшого розвитку суб'єкта господарювання.

Отже, вже на початковому етапі запровадження методики оцінки фінансового стану суб'єкта господарювання необхідно визначитися із підходом, який буде покладено в основу аналітичної діяльності, адже переважна більшість показників фінансового стану підприємств розраховується на підставі даних форми №1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан) на ___20__ р.» та форми №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід) за ___20__ р.», де за методикою розрахунку переважної більшості показників фінансового стану одночасно приймають участь і показники форми №1, і показники форми №2, постає методологічна перепона здійснення адекватних розрахунків, адже показники цих форм не є співставними за періодом, не дивлячись на їх поєднання одним звітним періодом розкриття інформація про фінансово-господарську діяльність суб'єкта господарювання, оскільки форма №1 надає дані «на дату» (тобто на кінець останнього дня звітного періоду з одночасним інформаційним повідомленням про стан на початок звітного року в цілому), а форма №2 – «за звітний період». Є показники фінансового стану, які розраховуються й із застосуванням інших форм фінансової звітності (звіту про рух грошових коштів (форма №3), звіту про власний капітал (форма №4) і приміток до фінансової звітності (форма №5)), показники по яких також містять інформацію «за звітний період» [1, 3].

За для виваженого здійснення першого етапу аналізу і оцінки фінансового стану – підготовки звітних даних до аналізу (технічна перевірка правильності заповнення фінансової звітності, приведення даних у порівняльний вигляд тощо) – нами пропонується виходити із мети аналізу та інформаційного забезпечення звітними даними, тобто з урахуванням стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі, в такі можливі способи [1]:

використання даних форми №1 без доведення їх до співставного вигляду – для проведення точкового (моментного) аналізу. Це дозволяє на підставі даних одного звітного періоду тим не менш здійснити аналіз в динаміці – на початок та на кінець звітного періоду;

використання даних форми №1 із доведенням до співставного вигляду (потребує спеціальної процедури доведення даних форми №1 до співставного вигляду – переведення моментних даних на періодний). Тут під спеціальною процедурою ми розуміємо додаткове прорахування показників форми №1 за відповідний рік як середньоарифметичне значення по відповідних показниках графі 3 та графі 4, приймаючи отриманий результат як показник за звітний рік. Це дозволяє сформулювати так званий «середньоарифметичний баланс» за звітний період, що умовно переводить дані балансу із моментних показників в показники періоду. За наявності даних двох та більше звітних періодів виникає перспектива здійснити аналіз в динаміці по відповідних звітних періодах.

Пунктом 4 розділу III «Якісні характеристики фінансової звітності та принципи її складання» НП(С) БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [8] затверджена вимога щодо забезпечення можливості користувачам надавати порівнювальність фінансових звітів підприємства за різні періоди та фінансових звітів різних підприємств, що в свою чергу ставить нагальне завдання забезпечення усунення отримання некоректно розрахованих показників методологічно та технічно з метою виключення перекручування інформації та досягненню й утвердженню хибних висновків. Разом із цим постає й інша проблема, з чийого боку – внутрішнього або зовнішнього – проводиться аналіз, а значить постає питання достатності вихідних даних за обсягом та динамікою, тобто стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі, враховуючи мету досягнення незалежно від сторони реалізації аналітичного процесу – здійснення якісного економічного аналізу, що є запорукою неупереджених висновків щодо фактичного стану та подальшого розвитку суб'єкта господарювання.

Це означає, що кожний з наведених способів слід розглядати з точки зору забезпечення інформаційними даними звітності в часі (річна або проміжна звітність) та її наявності в динаміці, що в комплексі має забезпечити підготовку звітних даних до аналізу (технічна перевірка правильності заповнення фінансової звітності, приведення даних у порівняльний вигляд тощо).

Отже, це означає, що і спосіб використання даних форми №1 без доведення їх до співставного вигляду, і спосіб використання даних форми №1 із доведенням до співставного вигляду в підготовці звітних даних до порівняльного вигляду може мати єдину інформативну основу для здійснення розрахунків – річну або проміжну звітність.

Зрозуміло, що і по річній, і по проміжній звітності будуть як обмеження, так і можливості здійснення розгорнутого аналізу.

Реалізація запропонованих способів підготовки звітних даних до аналізу щодо приведення даних у порівняльний вигляд за для можливості здійснення аналізу і розрахунків з методологічної точки зору, наведемо прикладах за формальною моделлю «вхід – вихід» із подальшою оцінкою «перспективи розгорнутості майбутніх результатів» за показниками фінансового стану в динаміці, де [1]:

«вхід» – спосіб із певним вибором звітності в звітному періоді (річна або проміжна);

«вихід» – доведений до співставного (порівняльного) вигляду цифровий матеріал для розрахунку та проведення аналізу показників фінансового стану за відповідними звітними періодами;

«перспектива розгорнутості майбутніх результатів» – оцінка можливості здійснення аналізу в динаміці по звітних періодах в умовах обмеженості звітних даних по звітних періодах, тобто з урахуванням стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі.

В результаті моделювання нами складені такі концептуальні методологічні підходи оцінки та, у разі необхідності, доведення до співставного вигляду показників фінансової звітності для розрахунку показників фінансового стану (ідея удосконалена за джерелом [1]):

без попереднього доведення їх показників (зокрема показників ф.№1) до співставного вигляду по річній звітності (таблиця 1);

без попереднього доведення їх показників (зокрема показників ф.№2) до співставного вигляду по проміжній звітності (можливо тільки у разі аналізу проміжної звітності по відповідних роках, наприклад, перший (другий, третій, четвертий) квартал звітного року порівнюється із першим (другим, третім, четвертим) кварталом попереднього року відповідно) (використання таблиці 1 із певними припущеннями по періодах). Окремо – можливі аналогічні викладення по півріччях з інтерпретацією підходу, викладеного в таблиці 1;

із попереднім доведенням їх показників (зокрема показників ф.№1) до співставного вигляду по річній звітності (таблиця 2);

із попереднім доведенням їх показників (зокрема показників ф.№2) до співставного вигляду по проміжній звітності (можливо тільки у разі аналізу проміжної звітності по кварталах в середині звітного року, наприклад, у разі послідовного аналізу – другий із першим, третій із другим, четвертий із третім кварталом звітного року, а у разі базисного аналізу – четвертий із першим, четвертий із другим, четвертий із третім кварталом звітного року) (використання таблиці 2 із певними припущеннями по періодах). Окремо – можливі аналогічні викладення по півріччях з інтерпретацією підходу, викладеного в таблиці 2.

Слід прокоментувати, що наведені моделі не є остаточними та можуть мати альтернативний спосіб упровадження в залежності від мети дослідження та інших чинників, наприклад, стану всеосязності інформаційної наповненості звітними даними в часі.

Доведемо цю тезу на прикладі можливих варіантів реалізації першої моделі – спосіб використання даних форми №1 без доведення їх до співставного вигляду по річній звітності (визначення статусу «основний» або «альтернативний» приймається дослідником самостійно) [1]:

варіант 1 (прийнято нами умовно як основний): «вхід» – використання даних форми №1 на початок та на кінець звітного періоду тальки до даних тільки звітного періоду форми №2 → «вихід» – отримання показників «на початок звітного періоду» та «на кінець

Таблиця 1

Схема розрахунку показників фінансового стану із використанням форм фінансової звітності без попереднього доведення їх показників до співставного вигляду /по річній звітності/

«Вхід» /спосіб із певним вибором звітності в звітному періоді/	Спосіб підготовки звітних даних до аналізу	«Вихід» /доведені до співставного вигляду показники звітності та проведення аналізу показників фін.-го стану за звітними періодами/	«Перспектива розгорнутості майбутніх результатів» /переваги («+») та недоліки («-») для здійснення подальших аналітичних процедур/
Річна звітність	Позиція дослідження: показники є співставними	Сформовані звітні періоди для аналізу ↕	«+»: досягається динаміка по сформованих умовних звітних періодах в умовах обмеженості всеосязності інформаційної наповненості звітними даними в часі; «-»: не задіяні дані ф.№2 за аналогічний звітний період попереднього року
Форма №1	без доведення показників до співставного вигляду	на початок зв.пер. на кінець зв.пер. сукупність розрахованих показників фінансового стану ↕	
Форма №2	без доведення показників до співставного вигляду		
Форми №1 та №2			

Джерело: складено автором за результатами власних досліджень

Таблиця 2

Схема розрахунку показників фінансового стану із використанням форм фінансової звітності із попереднім доведенням їх показників до співставного вигляду /по річній звітності/

«Вхід» /спосіб із певним вибором звітності в звітному періоді/	Спосіб підготовки звітних даних до аналізу	«Вихід» /доведені до співставного вигляду показники звітності та проведення аналізу показників фін.-го стану за звітними періодами/	«Перспектива розгорнутості майбутніх результатів» /переваги («+») та недоліки («-») для здійснення подальших аналітичних процедур/
Річна звітність	Позиція дослідження: показники не є співставними	Сформовані звітні періоди для аналізу	«+»: досягається динаміка у разі повної всеосяжності звітними даними в часі (2 та більше звітних періоди); «+»: трансформація ф.№2 призводить до співставного вигляду із ф.№1 за відповідними звітними періодами; «-»: в умовах обмеженості всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі
Форма №1	доведення показників до співставного вигляду	попер. період звітний період	
попередній період звітний період	розрахунок «середньоарифметичного балансу»	сукупність розрахованих показників фінансового стану	
Б.А.ЛАНС (Дані про фінансовий стан) на 20__ р. Форма № 1 Код за ДКУД 1801001	[[ф.№1 (гр.3+гр.4)]/2]		
Форма №2	Рекомендована процедура підготовки звітних даних ф.№2 до співставного вигляду ф.№1 за відповідними звітними періодами	попер. період звітний період	
Дані про фінансові результати (Дані про сукупний звіт) на 20__ р. Форма № 2 Код за ДКУД 1801001	попер. період звітний період		

Джерело: складено автором за результатами власних досліджень

звітного періоду» → показників «на початок звітного періоду» та «на кінець звітного періоду»;

варіант 2 (прийнято нами умовно як альтернативний): «вхід» – використання даних форми №1 на початок та на кінець звітного періоду до даних попереднього звітного періоду та звітного періоду форми №2 відповідно → «вихід» – отримання показників «на початок звітного періоду» та «на кінець звітного періоду» → показників «на початок звітного періоду» (альтернативна назва «за попередній звітний період») та «на кінець звітного періоду» (альтернативна назва «за звітний період»).

Таким чином, варіант 1 охоплює використання звітних даних форми №2 тільки за звітний період та за відсутності аналогічних даних попереднього звітного періоду не дає можливості щодо реалізації аналізу в динаміці, в той час як варіант 2 охоплює звітний та попередній періоди, що надає можливість аналізу

розрахованих в подальшому показників фінансового стану в динаміці.

Аналогічні процедури та висновки мають бути застосовані і до інших означених нами напрямів-способів використання форм звітності при розрахунку й аналізі показників фінансового стану із використанням форм фінансової звітності в залежності від мети дослідження та всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі.

При цьому не слід забувати, що річні форми звітності апріорі є співставними за роками за умови незмінності облікових процедур формування показників звітності, в той час, як проміжні форми звітності є співставними і за відповідними проміжними періодами по роках, і всередині звітного року по кварталах та півріччях. Так, в умовах обмеження даними тільки по-квартальними даними в межах звітного року –

потребують спеціальної процедури доведення даних форми №2 до співставного вигляду по кварталах, а в умовах обмеження даними тільки даними за півріччя в межах звітного року – також потребують спеціальної процедури доведення даних форми №2 до співставного вигляду за півріччя.

Під спеціальною процедурою ми розуміємо додаткове прорахування показників форми №2 за відповідні квартали (другий, третій, четвертий) та півріччя (друге), адже форма №2, починаючи з цих звітних періодів містить дані наростаючим підсумком. Це досягається шляхом виключення відповідних даних за попередній звітний період проміжної звітності та складання так званої «розрахункової» форми №2.

Показники форми №2 за перший квартал (для по-квартального порівняння) та за перше півріччя (для піврічного порівняння) не потребують перерахунку, оскільки вже визначені відповідними межами звітного періоду.

Зауважимо, що стан всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі певною мірою впливово діє на визначення мети економічного дослідження та одночасно визначає його достатність. Так, наприклад, при наявності даних тільки за один звітний період немає можливості оцінити дані на предмет економічної ефективності в наслідок відсутності об'єкта порівняння, а тільки за рекомендованими або нормативними або галузевими показниками тощо. При наявності ж даних за два та більше періодів є можливість адекватної оцінки показників і в динаміці, і в порівнянні із рекомендованими або нормативними або галузевими показниками тощо.

Висновки. Розрахунок показників фінансового стану на підставі форм фінансової звітності (повної або спрощеної) містить комплекс заходів, чітка послідовність виконання яких (приведення даних у порівняльний вигляд; визначення критеріїв і показників оцінки фінансового стану; обчислення показників за період, що аналізується; оцінка фінансового стану за

показниками в динаміці; розробка конкретних заходів та прийняття управлінських рішень) є запорукою якісного економічного аналізу.

Запобігання хибним висновкам стає можливим вже на першому етапі впровадження економічного дослідження – приведення даних у порівняльний вигляд, що є вкрай важливим у застосуванні будь-якої методики оцінки фінансового стану на підставі показників фінансової звітності суб'єкта господарювання. Для цього в економічне дослідження мають бути впроваджені методологічні підходи забезпечення співставності показників фінансової звітності для здійснення розрахунку й аналізу показників фінансового стану в умовах певного стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі.

Автором публікації розроблені концептуальні методологічні підходи оцінки співставності показників фінансової звітності та, у разі необхідності, доведення її показників до співставного вигляду, для розрахунку показників фінансового стану.

Розроблені концептуальні підходи є підґрунтями для подальших альтернативних моделювань в залежності від мети дослідження та інших чинників, наприклад, стану всеосяжності інформаційної наповненості звітними даними в часі.

Наслідком наукової розробки стало концептуальне доведення автором дослідження доцільності проведення в аналізі річної звітності та проміжної звітності методологічної необхідності доведення її показників до співставного вигляду для розрахунку показників фінансового стану із застосуванням спеціальних процедур – розрахунку «середньоарифметичного балансу» та складання «розрахункового звіту про фінансовий стан» відповідно в залежності від часового параметру звітності.

Доведена актуальність процедури підготовки звітних даних до співставного вигляду, що має передувати здійсненню економічного аналізу.

Список використаних джерел:

1. Євсєва О.О. Методологічні підходи забезпечення співставності показників фінансової звітності для здійснення розрахунку й аналізу показників фінансового стану. Science, innovations and education: problems and prospects: Proceedings of VII International Scientific and Practical Conference (Tokyo, Japan, 09-11 February 2022). CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2022.
2. Носова Є. Система показників оцінки фінансового стану підприємств. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. Вип. 138, 2012. С. 53–57. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_138_18. (дата звернення 12.02.2022).
3. Євсєва О.О. Актуальні питання розрахунку показників фінансового стану на етапі підготовки звітних даних до аналізу. *Актуальні питання економіки, фінансів, обліку і права: збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної конференції* (Полтава, 03 лютого 2022 р.). Полтава: ЦФЕНД, 2022.
4. Євсєва О.О., Анікіна О.С., Нікуліна С.В. Актуальність формування універсального підходу до оцінки фінансового стану підприємства на основі показників форм фінансової звітності. *Економічний простір* : збірник наукових праць. № 148. Дніпропетровськ : ПДАБА, 2019. С. 129–143.
5. Андрєєва Г.І. Система формування економічних показників як база аналізу господарської діяльності підприємства. *Ефективна економіка*. – № 3, 2014. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2872> (дата звернення 12.02.2022).
6. Мних Є.В., Сучасний економічний аналіз: питання методології та організації. *Бухгалтерський облік та аудит*. – №1, 2006.
7. Калабухова С.В. Теоретичні аспекти економічного аналізу в інформаційній економіці. *Економічний аналіз: зб. наук. праць. Економічний аналіз*. рік. № 1. Том 19. 2015.
8. Національні стандарти бухгалтерського обліку і звітності [перелік]. URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html. (дата звернення 17.02.2022).
9. Масюк Ю.В., Резниченко О.В. Теоретико-методичні підходи до оцінювання фінансового стану підходу. *Приазовський економічний вісник*. Випуск 5 (16), 2019.
10. Яцух О.О., Захарова Н.Ю. Фінансовий стан підприємства та методика його оцінки. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського*. Серія: Економіка і управління. Том 29 (68). № 3, 2018.

11. Положення (стандарти) бухгалтерського обліку. URL : <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>. (дата звернення 17.02.2022).
12. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16 липня 1999 р. URL : http://kodeksy.com.ua/pro_buhgalters_kij_oblik_ta_finansovu_zvitnist.htm. (дата звернення 17.02.2022).
13. Про порядок здійснення аналізу фінансового стану підприємств, що підлягають приватизації»: Положення, наказ № 49/121 від 26.01.2001 р. Міністерство фінансів України, Фонду державного майна України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01>. (дата звернення 17.02.2022).
14. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств: 28.07.2006. Центральна спілка споживчих товариств України. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06#Text> (дата звернення 17.02.2022).

References:

1. Ievsieieva O. O. Methodological approaches to ensuring comparability of financial reporting indicators for calculating and analyzing financial condition indicators. Science, innovations and education: problems and prospects: Proceedings of VII International Scientific and Practical Conference (Tokyo, Japan, 09-11 February 2022). CPN Publishing Group, Tokyo, Japan. 2022.
2. Nosova Ie. (2012) Systema pokaznykiv otsinky finansovoho stanu pidpriemstv [System of indicators for assessing the financial condition of enterprises]. *Bulletin of the Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economy*. Issue 138, pp. 53-57. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2012_138_18. (accessed 12.02.2022).
3. Ievsieieva O. O. (2022) Aktualni pytannia rozrakhunku pokaznykiv finansovoho stanu na etapi pidgotovky zvitnykh danykh do analizu [Current issues of calculating financial standing indicators at the stage of preparing reporting data for analysis]. *Current issues of Economics, Finance, Accounting and law*: collection of abstracts of the international scientific and practical conference (Poltava, February 03, 2022). Poltava: CFEND publ.
4. Ievsieieva O. O., Anikina O. S., Nikulina S. V. (2019) Aktualnist formuvannia universalnogo pidkhodu do otsinky finansovoho stanu pidpriemstva na osnovi pokaznykiv form finansovoi zvitnosti. [Relevance of forming a universal approach to assessing the financial condition of an enterprise based on indicators of financial reporting forms]. *Economic space: collection of scientific papers*, no. 148. Dnipropetrovsk: PDABA, pp. 129-143.
5. Andrieieva G. I. (2014) Systema formuvannia ekonomichnykh pokaznykiv yak baza analizu hospodarskoi diialnosti pidpriemstva [The system of formation of economic indicators as a basis for analyzing the economic activity of an enterprise]. *Efficient economy*, no 3. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2872> (accessed 12.02.2022).
6. Mnykh E. V. (2006) Suchasnyi ekonomichniy analiz: pytannia metodolohii ta orhanizatsii [Modern Economic Analysis: issues of methodology and organization]. *Accounting and audit*, no. 1
7. Kalabukhova S. V. (2015) Teoretychni aspekty ekonomichnoho analizu v informatsiinii ekonomitsi [Theoretical aspects of economic analysis in the information economy]. *Economic analysis: collection of scientific works. Economic analysis. Year, no. 1, vol. 9*.
8. Natsionalni standarty bukhgalterskoho obliku i zvitnosti [perelik]. [National Accounting and Reporting Standards [list]. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/SH000099.html. (accessed 17.02.2022).
9. Masyuk Yu. V., Reznichenko O. V. (2019) Teoretyko-metodychni pidkhody do otsiniuvannia finansovoho stanu pidkhodu [Theoretical and methodological approaches to assessing the financial condition of the approach]. *Priazovsky Economic Bulletin*, no. 5 (16)
10. Yatsukh O. O., Zakharova N. Yu. (2018) Finansovy stan pidpriemstva ta metodyka yoho otsinky [Financial condition of the enterprise and methods of its assessment]. *Scientific notes of Tavria V. I. Vernadsky National University. Series: Economics and management*, vol. 29 (68), no. 3/
11. Polozhennia (standarty) bukhgalterskoho obliku [Accounting regulations (standards). Available at: <http://kodeksy.com.ua/buh/psbo.htm>]. (accessed 17.02.2022).
12. Pro bukhgalterskyi oblik i finansovu zvitnist v Ukraini: Zakon Ukrainy # 996-XIV vid 16 lypnia 1999 [On accounting and financial reporting in Ukraine: Law of Ukraine No. 996-XIV of July 16, 1999] Available at: http://kodeksy.com.ua/pro_buhgalters_kij_oblik_ta_finansovu_zvitnist.htm. (accessed 17.02.2022).
13. Pro poriadok zdiisnennia analizu finansovoho stanu pidpriemstv, shcho pidliahaiut pryvatyzatsii»: Polozhennia, nakaz # 49/121 vid 26.01.2001 [On the procedure for analyzing the financial condition of enterprises subject to privatization": Regulation, Order No. 49/121 of 26.01.2001]. Ministry of Finance of Ukraine, State Property Fund of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0121-01> (accessed 17.02.2022).
14. Metodychni rekomendatsii z analizu i otsinky finansovoho stanu pidpriemstv: 28.07.2006. [Methodological recommendations for analyzing and evaluating the financial condition of enterprises: 28.07.2006]. Central Union of consumer societies of Ukraine. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0006626-06#Text> (accessed 17.02.2022).

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 342.9

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/178-13>**Лагодієнко Н. В.**доктор економічних наук, доцент,
Миколаївський національний аграрний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8472-1395>**Скляр Л. Б.**кандидат економічних наук, доцент,
Одеська національна академія харчових технологій
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8332-8823>**Степаненко С. В.**кандидат економічних наук, докторант,
Державний біотехнологічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6132-328X>**Lagodiienko Natalia, Larysa Skliar**

Odessa National Academy of Food Technologies

Stepanenko Sergii

State Biotechnological University

ЕЛЕКТРОННЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЇХ СПЛАТИ

Основними цілями електронної реформи справляння ПДВ в Україні є повернення справедливості у процес оподаткування: усунення фіктивних постачальників, знищення «податкових ям», «скруток», конвертаційних центрів, «оптимізаторів», боротьба з ухиленням від сплати через покращення адміністрування, усунення корупційних чинників, усунення адміністративного тиску з боку податкових органів, спрощення адміністрування та сплати ПДВ тощо. Доведено, що цифрові трансформації в оподаткуванні насамперед стимулюють прозорість процедур оподаткування. Визначено, що зусилля цифрової трансформації призводять до відчутних результатів – простежується зростання податкових надходжень. Закономірним підсумком підвищення рівня цифрової зрілості є перетворення податкових органів та бізнесу на адаптивну цифрову платформу. Це дозволить мінімізувати адміністративний тягар: для сумлінних платників податків виконання податкових зобов'язань здійснюватиметься в рамках їхніх бізнес-процесів, а контрольно-наглядова діяльність зосередиться лише на потенційних порушниках або на тих, хто перебуває за периметром платформи. Досліджена безпосередньо система адміністрування ПДВ: автоматичний облік сум сплаченого ПДВ у розрізі платників, автоматичне безкоштовне відкриття рахунків платникам податків у банку, складання всіх податкових накладних відбувається в електронному вигляді, так само як і їх реєстрація в єдиному електронному реєстрі податкових накладних. Вказано на основні проблеми організації системи адміністрування податків в Україні та окреслено шляхи підвищення її ефективності.

Ключові слова: адміністрування податків, електронне адміністрування, податки, податкова система, електронний кабінет платника податків, Державна податкова служба.

ELECTRONIC ADMINISTRATION OF TAXES AS A MEANS OF INCREASING THE EFFICIENCY OF THEIR PAYMENT

The purpose of the article is to present the results of the study of organizational principles of e-administration as an element of the tax administration system. The budget deficit against the background of the crisis in the economy determines the need for active search for tools to increase budget revenues. One of them is tax administration. The article shows how a high level of information technology allows the tax service to solve the problem of justification of VAT refunds from the budget by switching to electronic administration of tax invoices and VAT returns. The main goals of the electronic reform of VAT collection in Ukraine are to restore justice in the tax process: elimination of fictitious suppliers, destruction of "tax pits", "scrolls", conversion centres, "optimizers", combating tax evasion by improving administration, eliminating corruption, elimination of administrative pressure from tax authorities, simplification of administration and payment of VAT, etc. It is proved that digital transformations in taxation first stimulate transparency of taxation procedures. It is determined that the efforts of digital transformation lead to tangible results – there is an increase in tax revenues. The natural result of increasing the level of digital maturity is the transformation of tax authorities and businesses into an adaptive digital platform. This will minimize the administrative burden: for conscientious taxpayers, tax obligations will be met as part of their business processes, and control and supervision activities will focus only on potential violators or those outside the platform. The system of VAT administration has been studied directly: automatic accounting of VAT paid by taxpayers, automatic free opening of accounts for taxpayers in the bank, compilation

of all tax invoices is done electronically, as well as their registration in a single electronic register of tax invoices. The main problems of the organization of the tax administration system in Ukraine are pointed out and the ways to increase its efficiency are outlined.

Keywords: tax administration, electronic administration, taxes, tax system, electronic office of the taxpayer, State Tax Service.

JEL Classification: H24

Постановка проблеми. Розвиток економіки на постіндустріальному етапі розвитку суспільства значною мірою стало залежати від рівня використання інформаційних технологій у певній інфраструктурі. Одним із стратегічних завдань соціально-економічного розвитку української економіки на середньо- та довгострокову перспективу є створення стабільних та передбачуваних умов, що забезпечують підвищення ефективності, конкурентоспроможності та прозорості податкової системи на основі впровадження нових технологій та формування єдиного інформаційного простору адміністрування доходів бюджетної системи. Сучасна система адміністрування податкових платежів формується з урахуванням попередження мінімізації податків платниками за рахунок їх незаконних дій та поступово стає універсальним контрольним інструментом державних органів влади по відношенню щодо діяльності суб'єктів підприємництва. Застосування системи електронного адміністрування забезпечує ефективне здійснення камерального контролю, дозволяє знизити трудомісткість системи адміністрування як з боку платників податків, так й з боку контролюючих органів, а тому дасть змогу підвищити ефективність системи, зменшив податкові ризики.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над дослідженнями окремих аспектів функціонування системи адміністрування податків працювали вітчизняні науковці: З. Варналій, О. Данилов, О. Десятнюк, Т. Єфіменко, Ю. Іванов, А. Кізіма, А. Крисоватий, В. Мельник, Л. Олейнікова, В. Хомутенко та ін. Однак, постійне внесення змін до податкового законодавства вдосконалення системи призводить до швидкого оновлення діючої системи адміністрування податків та потребує подальшого, більш детального дослідження.

Метою статті є наведення результатів дослідження організаційних засад електронного адміністрування як елемента системи податкового адміністрування.

Виклад основного матеріалу. Передумовами для впровадження системи електронного адміністрування стали недоліки існуючої системи оподаткування, до яких належить можливість недобросовісних платників уникати податкових зобов'язань та безпідставно отримувати відшкодування ПДВ із бюджету через так звані податкові ями, недосконала система адміністрування ПДВ, а також ринок податкових мінімізаторів, що створює нерівні умови діяльності законслухняних платників податків, оскільки саме на них лягає найбільше податкове навантаження. Крім цього, шахрайські схеми є джерелом неврахованої готівки, яка забезпечує ухилення від сплати інших податків, таких, наприклад, як ПДФО та ЄСВ.

Саме для ліквідації податкових ям було запропоновано впровадження системи електронного адміністрування, яка дозволить виключити формування фіктивного кредиту та отримання неправомірного відшкодування ПДВ із бюджету, що тягне за собою підвищення рівня надходжень ПДВ до бюджету. Це над-

звичайно важливо, оскільки ПДВ є основним податком на формування Державного бюджету України, його частка серед податкових надходжень становить 40%.

Відповідно до пп. 14.1.1 п. 14.1 ст. 14 ПК України, адміністрування податків, зборів, митних платежів, єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування (далі – єдиний внесок) та інших платежів відповідно до законодавства, контроль за дотриманням якого покладено на контролюючі органи (далі – податків, зборів, платежів) – це сукупність рішень та процедур контролюючих органів і дій їх посадових осіб, що визначають інституційну структуру податкових та митних відносин, організовують ідентифікацію, облік платників податків і платників єдиного внеску та об'єктів оподаткування, забезпечують сервісне обслуговування платників податків, організацію та контроль за сплатою податків, зборів, платежів відповідно до порядку, встановленого законом [1].

Податкове адміністрування як регламентована законами й іншими нормативно-правовими актами управлінська діяльність, що здійснюється податковими та іншими контролюючими органами, передбачає розв'язання таких основних завдань:

- забезпечення платникам податків зручних умов для виконання їхніх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів;

- контроль із боку держави виконання платниками своїх обов'язків щодо розрахунку, декларування та сплати податків і зборів, забезпечення їх повного виконання всіма платниками;

- забезпечення захисту законних прав та інтересів платників податків від протиправного втручання з боку органів державної влади;

- вжиття державою заходів примусу щодо платників, які не виконують свої обов'язки [2].

Ефективна податкова система має відповідати потребам держави та забезпечувати розумне навантаження на платників податків, гарантуючи при цьому прозорість порядку оподаткування та достатній рівень контролю з боку фіскальних органів. Мета такої системи та, відповідно, податкового адміністрування - зробити кращою для платника податків чесну сплату всіх податків та оптимізувати роботу контролюючих інстанцій.

Податкове адміністрування передбачає не розробку законодавчих актів у сфері оподаткування, саме управління, т. е. організацію виконання цих актів і виявлення обставин, які заважають їх ефективній роботі.

Складовими частинами адміністрування податків є облік податкових надходжень; облік платників податків; податковий борг та податковий контроль; податкові консультації.

До функцій органів державної влади, закріплених нормами Податкового кодексу, під час проведення адміністрування податків належать:

- надання послуг платникам податків у ході виконання ними своїх обов'язків з розрахунку, декларування та сплати податків і зборів;

- здійснення контролю з виконання платниками податкового законодавства;
- вирішення спорів, що виникають у застосуванні податкового законодавства;
- забезпечення відповідальності за порушення податкового законодавства як платників податків, так і органів державної виконавчої влади;
- здійснення примусового стягнення податків, не сплачених у встановлені терміни, та вжиття заходів, спрямованих на поновлення платоспроможності платників податків [3].

Вперше процеси формування електронного оподаткування в Україні розглядаються у колективній монографії «Електронне оподаткування: сутність та перспективи розвитку», формування економічних відносин в інформаційному суспільстві, теоретичні основи правового регулювання електронного оподаткування [4].

За дослідженнями А. М. Новицького, електронне оподаткування – це «нормативно врегульована, динамічна, економічно обґрунтована й доцільна синтезована система автоматизованого встановлення податкового зобов'язання, визначення податкової бази, обліку платників податків, підготовки і подачі електронної звітності та інших складових адміністрування податків з метою його упорядкування та вдосконалення, створення умов для подальшого перспективного розвитку інформаційних відносин у сфері оподаткування» [5, с. 251].

Л. О. Матвейчук пропонує електронне оподаткування розглядати як «складну систему з такими напрямками розвитку: електронна реєстрація СПД, електронні податкові сервіси, електронна звітність, електронний аудит, електронна комерція, автоматизація процесів адміністрування податків і зборів (електронне відшкодування ПДВ), інформаційно-аналітична система ДПС, єдина інформаційно-комунікаційна платформа органів державної влади» [6, с. 23].

Державний менеджмент, складовою якого є фінансова служба, перейшов під свого впливу і здає позиції на користь так званого електронного урядування (e-government). Наступає цифрова ера (digital era) в управлінні, основана на інтеграції воедино державного контролю та цифрових технологій (digitalization) – використання Інтернету, комп'ютерів, інформаційних мереж і електронних баз даних.

Виходячи з того, що електронне урядування є невід'ємною складовою проведення економічної реформи в Україні, державна фінансова служба цілеспрямовано впроваджує сучасні інформаційні системи, які дозволять здійснити автоматизацію процесів адміністрування податків та запровадити нові форми обслуговування платників.

На сьогодні в роботі фінансової служби впроваджуються нові інтернет-технології, серед них – інтегрована автоматизована інформаційна система «Податковий блок», система «Електронний кабінет», єдиний веб-портал органів фінансової служби, сервісні центри з обслуговування платників податків, тощо.

Інформаційна система «Податковий блок» складається з чотирьох сегментів операційної діяльності фінансової служби: реєстрації платників податків, обробки податкової звітності та платежів, обліку платежів, податкового аудиту у вигляді модернізованих

процедур (форм), програмного забезпечення, посадових інструкцій, навчання.

Створення у 2017 році інформаційно-телекомунікаційної системи «Електронний кабінет» забезпечено на базі існуючого електронного сервісу «Електронний кабінет платника». Електронний кабінет має функціональні частини: відкрита (загально-доступна) частина та приватна частина (особистий кабінет). Для забезпечення взаємодії засобами Електронного кабінету в приватній частині (особистий кабінет), яка є індивідуальною персоніфікованою веб-сторінкою користувача, платник податків здійснює електронну ідентифікацію з використанням єдиного цифрового підпису відповідальних осіб платника (директора, бухгалтера, осіб, які мають право підпису), наданого будь-яким акредитованим центром сертифікації ключів відповідно до Закону України «Про електронний цифровий підпис». Приватна частина (особистий кабінет) Електронного кабінету забезпечує надання платнику податків послуг, перелік яких передбачено Податковим кодексом України [7].

На сьогоднішній день залишаються невирішеними низка серйозних проблем у галузі функціонування системи податкового адміністрування, пов'язаних з як із недосконалістю нормативно-правової бази, незважаючи на постійне внесення змін до законодавчих актів, а також з недоліками в організації податкового контролю, покликаною забезпечити гармонізацію фінансових інтересів держави та платників податків.

Система електронного адміністрування ПДВ (далі СЕА ПДВ), організована на центральному рівні ДФС, забезпечує автоматичний облік у розрізі платників податку: сум податку, що містяться у виданих та отриманих податкових накладних, зареєстрованих в Єдиному реєстрі податкових накладних (далі – ЄРПН), та розрахунках коригування до них; сум податку, сплачених платниками при ввезенні товарів на митну територію України; сум поповнення та залишку коштів на рахунках у системі електронного адміністрування ПДВ; суми податку, на яку платники мають право зареєструвати податкові накладні в ЄРПН.

Водночас СЕА ПДВ не внесла кардинальних змін до загальних принципів справляння ПДВ, затверджених Податковим кодексом України. Норми Кодексу, які визначають коло платників ПДВ, об'єкт і базу оподаткування, підходи у формуванні податкових зобов'язань та податкового кредиту, залишилися сталими.

Крім того, запроваджені електронні рахунки для платників ПДВ – рахунок, відкритий платнику податку в Казначействі, на який платником перераховуються кошти з власного поточного рахунку для збільшення розміру суми, на яку платник податку має право зареєструвати податкові накладні та розрахунки коригування кількісних і вартісних показників до податкової накладної в ЄРПН.

Датою початку використання електронного рахунку для суб'єктів господарювання стало 01 лютого 2015 р., для нових суб'єктів господарювання – дата їх реєстрації платниками податку. Протягом дії системи електронного адміністрування ПДВ платники податку самостійно зараховують на такі електронні рахунки кошти з власних поточних рахунків.

З квітня 2017 року функціонує опція автоматичного відшкодування ПДВ експортерам, що передбачає без-

умовне повернення нагромаджених ними сум податкового кредиту з ПДВ на банківські рахунки платника податку. З 1 липня 2017 року оплата ПДВ відбувається виключно з електронного рахунку, що обліковується в системі електронного адміністрування ПДВ, а не з банківського рахунку.

Таким чином, основним механізмом запровадження СЕА ПДВ було встановлення дієвого одночасного он-лайн контролю відразу за усіма платниками податку та аналіз емітованих ними податкових накладних (ЕПН). Робоча гіпотеза: забезпечення прозорості ланцюжків – процесів постачання товарів і послуг між контрагентами – дасть можливість податковим органам усунути з ланцюжка поставок «податкові ями», «конверти» та «скрутки» [8].

При цьому для реєстрації податкових накладних платник податків повинен мати достатню суму податкового кредиту, підтвержену зареєстрованими в реєстрі податковими накладними або сплатою ПДВ при імпорті товарів. При недостатності суми кредиту платник власним коштом поповнити рахунок у системі електронного адміністрування податку. Зареєстровані податкові накладні надаватимуть право на податковий кредит, а на підставі податкової декларації, відповідно до зазначеної у ній суми, або з рахунку системи електронного адміністрування податок перераховуватиметься до бюджету або, навпаки, ПДВ відшкодовуватиметься з бюджету на поточний рахунок.

Одночасно з розвитком інформаційних технологій зростають і соціальні потреби населення в отриманні послуг швидким, доступним та якісним способом. Подібно до бізнесу, податкові органи повинні використовувати нові потоки даних та підтримувати постійний зв'язок з платниками податків як з метою податкового контролю, так і для надання платникам податків індивідуалізованих послуг.

Унікальність становища податкових органів як збирачів і акумуляторів великих масивів даних дозволяє їм практично домагатися гармонійної інтеграції з урахуванням єдиної цифрової платформи двох основних напрямів роботи – контрольного і сервісного, надаючи платникам податків максимально широкий спектр послуг у електронному вигляді.

Проте складність електронного адміністрування ПДВ, зокрема в частині реєстрації податкових накладних / розрахунків коригування (ПН/РК), має, поряд з перевагами, певні недоліки. Серед таких варто відмітити:

- 1) складність механізмів нарахування і сплати податку;
- 2) високу вірогідність ухилення від сплати податку внаслідок недосконалості системи податкового обліку;
- 3) недостатній рівень прозорості надходжень до бюджету і, як слідство, виникнення бюджетної заборгованості;

4) тривалу в часі адаптацію до нововведень платників податків;

5) розмиванням податкової бази та виведенням прибутку з під оподаткування тощо [9].

Таким чином, податкове адміністрування зводиться: на 1-му рівні – до опрацювання отриманої інформації, своєчасного реагування на неї шляхом розробки пропозицій щодо коригування податкового законодавства та затвердження перспектив податкової політики на черговий період;

на 2-му – до адекватної зміни методології конкретних процедур у галузі оподаткування, виявлення недосконалості в законодавстві, розроблення пропозицій щодо його зміни;

на 3-му – до зміни форм взаємодії з платниками податків, пошуку ефективних заходів контролю, виявлення схем порушення податкового законодавства та можливостей їх перетину.

Як показують результати моніторингу, планомірна робота податкових органів щодо підвищення якості взаємовідносин із платниками сприяє створенню комфортних умов для виконання податкових зобов'язань у добровільному порядку.

З урахуванням вимог часу здійснюється системна реорганізація процесів надання послуг платникам, зокрема за рахунок розширення електронної взаємодії та розвитку широкої лінійки електронних сервісів. Велику роль цифровізації діяльності податкових органів грають інноваційні технології, впроваджені в контрольну роботу.

Висновки. Розвиток нових форм податкового контролю, передбачає оперативне вирішення питань щодо зниження ризиків проведення необґрунтованих перевірок, виявлення прихованої інформації, підвищення рівня виконання обов'язків зі сплати податків та зборів, у тому кількості на добровільній основі, що дає змогу підвищити податкову культуру, податкову дисципліну та сприяє ефективній мобілізації доходів до бюджетної системи.

З метою створення найбільш сприятливих умов для розвитку бізнесу та покращення якості обслуговування платників податків в Україні розроблено низку електронних сервісів, завдяки яким централізовано можна отримати необхідні довідки та дозвільні документи, подавати податкову звітність, отримувати податкові консультації та дізнаватися про нововведення податкового законодавства. Одними з основних цілей політики податкових адміністраторів є мінімізація контактів платника податків з податковими органами та розширення спектру електронних послуг за рахунок використання новітніх інформаційних та комунікаційних технологій. Успішна реалізація цієї політики дозволяє максимально усунути втрату часу з боку платників податків та робить взаємодію з податковими органами максимально зручною.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 № 2755-VI із змінами та доповненнями. URL: <https://tax.gov.ua/nk> (дата звернення: 20.02.2022).
2. Ільяшенко В. А. Удосконалення системи адміністрування податкових платежів до державного бюджету. *Ефективна економіка*. 2013. № 4. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1953> (дата звернення: 20.02.2022).
3. Клепанчук О. Ю. Удосконалення механізмів адміністрування податкових платежів в умовах фінансової підтримки роз-

виту малого бізнесу. *Науковий вісник НЛТУ України*. Серія економічна. 2017. Випуск 27, № 2. С. 140–145.

4. Електронне оподаткування: сутність та перспективи застосування / за заг. ред. П. В. Мельник. Ірпінь : НУДПС України, 2010. 332 с.

5. Новицький А. М. Правове регулювання інституціоналізації інформаційного суспільства в Україні: монографія. Ірпінь : НУДПС України, 2011. 444 с.

6. Матвейчук Л. О. Державне управління оподаткуванням у процесі розвитку інформаційного суспільства: теоретичні аспекти. *Вісник НАДУ*. 2014. № 1. С. 18–24.

7. Андрущенко В. Л. Адміністрування податків і платежів : навчальн. посіб. Ірпінь : УДФСУ, 2018. 314 с. URL: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/2863/3/3087_IR.pdf (дата звернення: 20.02.2022).

8. Синютка Н. Г., Курило О. Б., Побурко О. Я. Аналіз фіскальної ефективності системи електронного адміністрування ПДВ в Україні. *Ефективна економіка*. 2020. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/78.pdf (дата звернення: 20.02.2022).

9. Оніщенко Г. Адміністрування податку на додану вартість в Україні: проблеми та перспективи розвитку. *Фінансовий простір*. 2020. №3(39). С. 195-204.

REFERENCES:

1. Podatkovyi kodeks Ukrainy (2010) [Tax Code of Ukraine. Law of Ukraine]. № 2755-VI dated December 2, 2010. Available at: <https://tax.gov.ua/nk> (accessed 20 February 2022).

2. Pyashenko V.A. (2013) Udoskonalennya systemy administruvannya podatkovykh platezhiv do derzhavnoho byudzhetu [Improving the system of administration of tax payments to the state budget]. *Efektivna ekonomika* [Effective economy]. (electronic journal). no. 4. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1953> (accessed 20 February 2022).

3. Klepanchuk O.Y. (2017) Udoskonalennia mekhanizmiv administruvannya podatkovykh platezhiv v umovakh finansovoi pidtrymky rozvytku maloho biznesu. [Improving the mechanisms of administration of tax payments in terms of financial support for small business development]. *Scientific Bulletin of NLTU of Ukraine. The series is economic*. Issue 27, № 2. pp. 140–145.

4. Melnik P.V. (ed). (2010) *Elektronne opodatkuvannya: sutnist' ta perspektyvy zastosuvannya* [Electronic taxation: the essence and prospects of application]. Irpen: NUDPS of Ukraine. (In Ukrainian).

5. Novitsky A.M. (2011) *Pravove rehulyuvannya instytutsionalizatsiyi informatsynoho suspil'stva v Ukrayini* [Legal regulation of institutionalization of information society in Ukraine: monograph]. Irpen: NUDPS of Ukraine. (In Ukrainian).

6. Matveychuk L.O. (2014). Derzhavne upravlinnia opodatkuvanniam u protsesi rozvytku informatsynoho suspil'stva: teoretychni aspekty [State management of taxation in the development of information society: theoretical aspects]. *NAPA Bulletin*, no. 1, pp. 18–24.

7. Andrushchenko V.L. (2018) *Administruvannya podatkov i platezhiv*. [Administration of taxes and payments]. Irpen: NUDPS of Ukraine. (In Ukrainian). Available at: http://ir.nusta.edu.ua/jspui/bitstream/doc/2863/3/3087_IR.pdf (accessed 20 February 2022).

8. Sinyutka N.G. and Kurilo O.B., Poburko O.Y. (2020) Analiz fiskal'noyi efektyvnosti systemy elektronnoho administruvannya PDV v Ukrayini [Analysis of fiscal efficiency of the system of electronic administration of VAT in Ukraine]. *Efektivna ekonomika*. [Effective economy]. (electronic journal). no. 6. Available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/78.pdf (accessed 20 February 2022).

9. Onishchenko G. (2020) Administruvannya podatku na dodanu vartist' v Ukraini: problemy ta perspektyvy rozvytku [Value Added Tax Administration in Ukraine: Problems and Prospects of Development]. *Financial space*, no. 3(39), pp. 195–204.

НОТАТКИ

Наукове видання

ЕКОНОМІЧНИЙ ПРОСТІР

Збірник наукових праць

№ 178, 2022

Українською, російською та англійською мовами

Відповідальний редактор: *Вертелецька О.М.*

Технічний редактор: *Ковальчук Ю.В.*

Підписано до друку 25.02.2022 р.

Формат 60x84/8. Гарнітура Times New Roman.

Папір офсет. Цифровий друк. Ум. друк. арк. 9,77.

Наклад 100 прим.

Надруковано: Видавничий дім «Гельветика»

65101, Україна, м. Одеса, вул. Інглезі, 6/1

Телефони: +38 (095) 934 48 28, +38 (097) 723 06 08

E-mail: mailbox@helvetica.ua

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи

ДК № 6424 від 04.10.2018 р.