

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ
«ПРИДНІПРОВСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ
БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ»

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Електронне наукове фахове видання

Випуск 1 (38) 2023



Видавничий дім
«Гельветика»
2023

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Верхоглядова Наталя Ігорівна, доктор економічних наук, професор, директор Навчально-наукового інституту менеджменту, економіки та фінансів Міжрегіональної Академії управління персоналом.

Заступник головного редактора:

Коваленко-Марченкова Євгенія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства Закладу вищої освіти «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Члени редакційної колегії:

Каховська Олена Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, професор кафедри економіки та підприємництва Закладу вищої освіти «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Кононова Ірина Володимирівна, доктор економічних наук, доцент, директор ТОВ «ВГВ Естейт».

Попова Вікторія Вікторівна, кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки та підприємництва Закладу вищої освіти «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Спірідонова Кіра Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва Закладу вищої освіти «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Фісуненко Павло Анатолійович, кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та підприємництва, декан економічного факультету Закладу вищої освіти «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури».

Inna Stecenko, D.Sc. (Economics), Professor, Vice Rector for Research and Development, Baltic International Academy (Riga, Latvia).

Видання входить до переліку наукових фахових видань України в галузі економічних наук (Категорія «Б») на підставі Наказу МОН України від 24 вересня 2020 року № 1188 (Додаток 5)

Галузь науки: економічні.

Спеціальності: 051 – Економіка; 072 – Фінанси, банківська справа та страхування; 073 – Менеджмент; 075 – Маркетинг; 076 – Підприємництво, торгівля та біржова діяльність; 292 – Міжнародні економічні відносини.

Затверджено до поширення через мережу Internet відповідно до рішення вченої ради ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

(від 28 березня 2023 року протокол № 10)

Сайт електронного видання: www.easterneurope-ebm.in.ua

Міжнародний цифровий ідентифікатор журналу:

<https://doi.org/10.32782/easterneurope>

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

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 331.556.4

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-1>

СФЕРИ ВИКОРИСТАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ МІЖНАРОДНИХ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ

SPHERES OF USE OF REMITTANCES OF INTERNATIONAL LABOR MIGRANTS

Шепель О.С.

асистент кафедри світового господарства
і міжнародних економічних відносин,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Shepel Oleksandra

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Грошові перекази міжнародних трудових мігрантів мають критичне значення для бідних і найбідніших країн – як в аспекті довгострокового виживання домогосподарств, так і адекватного функціонування даних держав в площинах макроекономічної стабільності, спроможності надавати основні державні послуги, здатності фінансувати соціально-економічний розвиток за пріоритетними напрямками для даних держав і соціумів. Міжнародні трудові мігранти формують обґрунтовані, виходячи з власної точки зору та попереднього досвіду, рішення мікро-рівня щодо використання зароблених закордоном коштів, спираючись на коротко- та довгострокові потреби свого домогосподарства, а також плани на майбутнє домогосподарства в комбінації з комплексом обмежуючих факторів макро-середовища в країні походження. Все це в комплексі чинить вплив на схильність міжнародних трудових мігрантів до частоти та способів переказу зароблених грошових коштів до країни походження, особливості сфер використання даного трансферту домогосподарствами, члени яких зайняті закордоном, а також на характер державної політики країн-донорів робочої сили, які націлені на максимальне залучення даного ресурсу до власної національної економіки та адекватне використання його в рамках стимулювання соціально-економічного розвитку на коротко- та довгостроковому часових горизонтах.

Ключові слова: грошові перекази, міжнародна трудова міграція, сфери використання грошових коштів, витрати, поточне споживання, інвестиції, заощадження, країни-донори, країни-реципієнти.

Remittances of international labor migrants are of critical importance for poorer countries – both in terms of the long-term survival of households and the adequate functioning of these states in terms of macroeconomic stability, the ability to provide basic state services, and the ability to finance socio-economic development in priority directions for these states and societies. At the same time remittances from international labor migrants are, by their economic essence, primarily a transfer, and not extra resources. That is why this phenomenon should be considered not only in the plane of monetary and fiscal policy of governments, but also in terms of the social policy complex of the labor donor country. This is in line with the significant social role of remittances from international labor migrants – primarily for households and local communities, especially in depressed regions and rural areas. The peculiarities of the use of remittances of international labor migrants are reflected in the structure of their households' expenses in the donor countries. The expenses of this group of economic agents are divided into two large groups: 1. current consumption and 2. savings and investments, which reflect the main components of the GDP of the labor donor country and are key drivers of the socio-economic growth of the state. International labor migrants form informed, based on their own perspective and previous experience, micro-level decisions on the use of remittances earned abroad, based on the short- and long-term needs of their household, as well as the household's future plans in combination with a set of macro-environmental limiting factors in the country of origin. All this in a complex affects the tendency of international labor migrants to the frequency and methods of transferring earned funds to the donor country, the specific areas of use of this transfer by households whose members are employed abroad, as well as the nature of the state policy of labor donor countries, which are aimed at the maximum involvement of this resource in one's own national economy and its adequate use within the framework of stimulating socio-economic development in the short- and long-term time horizons.

Key words: remittances, international labor migration, areas of use of remittances, expenses, current consumption, investments, savings, donor countries, recipient countries.

Постановка проблеми. Науково-практична проблематика використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів є центральною темою в царині міжнародної трудової міграції та зачіпає широке різноманіття драйверів, що чинять вплив як на мікро-, так і макро-рівні. До даного комплексу драйверів в площині сфер використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів можемо виділити, по-перше, мотивації громадян до прагнення працювати закордоном; по-друге, особливості в розрізі соціально-економічних наслідків міжнародної трудової міграції на мікро- та макро-рівні – зокрема, в частині використання трансфертів з-за кордону домогосподарствами міжнародних трудових мігрантів; по-третє, проблематику планування та реалізації державних політик, що покликані впливати на тренди в розрізі міжнародної трудової міграції. Відповідно прийняття рішень щодо використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів є не тільки задачею окремого домогосподарства, але і ключовою науково-практичною задачею на рівні держави. В світлі вищезазначеного наголосимо, що вивчення сфер використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів потребує комплексного підходу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженням сучасної проблематики міжнародної трудової міграції та її впливу на мікро- та макроекономічний розвиток займаються наступні зарубіжні дослідники: П. Сталкер, С. Скотт, А. Сейт, Дж. Рей, А. Вільямс, Ф. Агілар, Дж. Пауль, С. Субаш, А. Уллах, Р. Амхад, Р. кессел, Г. Еррейгерс, Х. Ксуан та інші. До вітчизняних дослідників даного питання належать: Р. Заблоцька, Р. Стаканов, З. Бараник, С. Січко, Л. Чернявська, О. Лошенко, Л. Курій, О. Дон, В. Македон, А. Мокій, Г. Марковська, О. Бербенець, К. Тахтарова.

Мета статті дослідити основні сфери використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів в країнах-донорах та країнах-реципієнтах трудових мігрантів; виявити фактори впливу на сфери використання грошових коштів трудових мігрантів; на прикладі конкретних країн здійснити порівняльний аналіз щодо обсягів використання коштів міжнародних трудових мігрантів за сферами життєдіяльності мігрантів та членів їх домогосподарств, запропонувати заходи державної політики, які б стимулювали цільове використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів.

Методи дослідження. В ході написання даної статті основними методами, які були застосовані для дослідження сфер використання грошових коштів міжнародними трудовими мігрантами є методи статистичного і логічного аналізу, синтезу, метод порівняння та історичний метод, альтернативний аналіз, метод групування та обстеження.

Основні результати дослідження. Дані ООН [1] свідчать, що незважаючи на те, що надіслані грошові перекази становлять 15% від заробленого міжнародними трудовими мігрантами в країнах-реципієнтах робочої сили – ці грошові перекази являють собою основну частину загального доходу домогосподарств в країнах-донорах робочої сили. Зокрема, незначні за обсягом суми в діапазоні 200–300 дол. США, що міжнародні трудові мігранти переказують членам своїх домогосподарств у країнах походження з періодичністю раз на 1–2 місяці, складають близько 60% доходу домогосподарства в ключових країнах-донорах робочої сили. Це особливо важливо в світлі того, що 50% грошових переказів (що за прогнозами становитимуть близько 1 трлн дол США до 2030 р.) спрямовані безпосередньо в сільську місцевість та труднодоступні райони країн-донорів робочої сили, де проживає близько 75% громадян, які віднесені до групи найбільш вразливих людей глобально, які зокрема стикаються з дефіцитом продуктів харчування та не можуть оплатити базові освітні та медичні послуги.

Відповідно до даних ООН [1], 75% грошових переказів (що становить близько 300 млрд дол США на рік) використовуються домогосподарствами для покриття своїх ключових базових витрат – тобто видатків на харчування, навчання, лікування, оплату житла (рис. 1). Зауважимо, що крім фінансування базового поточного споживання домогосподарств у країнах походження, додатково грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів виконують функцію своєрідної фінансової подушки безпеки на потенційний кризовий період – наприклад, в разі виникнення надзвичайних ситуацій, природних лих, недостатнього рівня врожаю, тощо.

Відповідно інші 25% від загального обсягу грошових переказів міжнародних трудових мігрантів (тобто близько 100 млрд дол США на рік) використовуються на потреби заощадження та інвестування в країні походження [1]. Зауважимо, що дані функції нагромадження капіталу відбуваються як на мікро-рівні (тобто окремого домогосподарства, що отримує грошові перекази від свого члена, який зайнятий закордоном), так і на макро-рівні (тобто держави-донора робочої сили).

Саме тому комплекс державних політик в даній царині має відповідати на виклики в контексті підтримання адекватного рівня як поточного споживання, так і інвестицій в національну економіку. Дана науково-практична задача може бути вирішена за рахунок адекватного використання інструменту грошових переказів міжнародних трудових мігрантів.

При цьому важливо врахувати ряд біхевіористичних особливостей домогосподарств, члени яких зайняті закордоном, а саме структуру їх витрат і характер їх фінансової поведінки.

Це відповідно формує потенційні позитивні та негативні наслідки, що зумовлює явище грошових переказів від міжнародних трудових мігрантів для країн-донорів робочої сили. При цьому існує стійкий зв'язок між характером і структурою витрат домогосподарств у країні-донорі робочої сили та особливостями грошових переказів міжнародних трудових мігрантів [2].

Відповідно враховуючи зазначений вище соціально-економічний контекст країн-донорів робочої сили, а також беручи до уваги драйвери створення ВВП в рамках національної економіки, зазначимо що першочергово на мікро-рівні грошові кошти міжнародних трудових мігрантів використовуються на цілі підтримання поточного споживання їх домогосподарств. Ключовими статтями витрат в даному розрізі є затрати на харчування, житло, а також освітні та медичні послуги. Важливо відмітити, що джерело грошових переказів з-за кордону являє собою значну частину доходу даних домогосподарств – тобто без даного трансферту якості та обсяг поточного споживання членів домогосподарства в країні походження суттєво скоротиться.

Іншим напрямом використання даного трансферту на мікро-рівні є покращення умов життя домогосподарства на середньо- та довгостроковому горизонті часу. Прикладами в даному контексті є купівля споживчих товарів довгострокового використання (наприклад, побутова техніка та електроніка), фінансування будівництва нового житла або покращення поточного стану житла, в якому мешкають члени домогосподарства, купівля сільськогосподарської землі або свійських тварин для особистого господарства, придбання автотранспортного засобу для особистих і бізнес-потреб членів домогосподарства та інше.

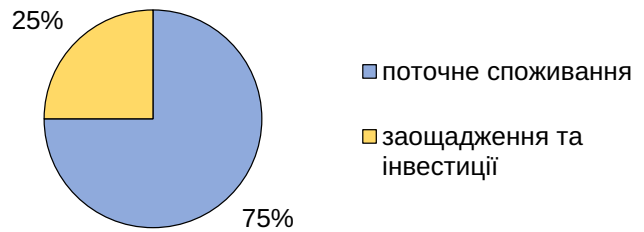


Рис. 1. Оціночна структура використання грошових переказів міжнародних трудових мігрантів їх домогосподарствами в країнах походження загалом по світу, %, 2021 р.

Джерело: складено автором на основі даних [1]

Підтвердженням вищевказаному слугує дослідження [3] фінансової поведінки домогосподарств у В'єтнамі станом на 2022 р., що порівнює фінансовий стан і біхевіористичні особливості в розрізі вибірки домогосподарств, яка складається з окремої групи в'єтнамських домогосподарств, які отримують грошові перекази з-за кордону, та іншої групи домогосподарств з В'єтнаму, які не отримують даний трансферт.

Дані вищевказаного дослідження показали, що ті в'єтнамські домогосподарства, які отримують грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів в цілому більш схильні до заощадження – ніж ті домогосподарства, які не отримують даний трансферт. Зокрема, середній рівень заощадження у вищевказаних групах в рамках дослідженої вибірки складав 5,9% і -2,6% відповідно станом на 2021 р. (рис. 2).

Відповідно це становить суттєву відмінність між домогосподарствами, що підтримуються грошовими переказами міжнародних трудових мігрантів – у порівнянні з усередненим станом домогосподарств по національній економіці

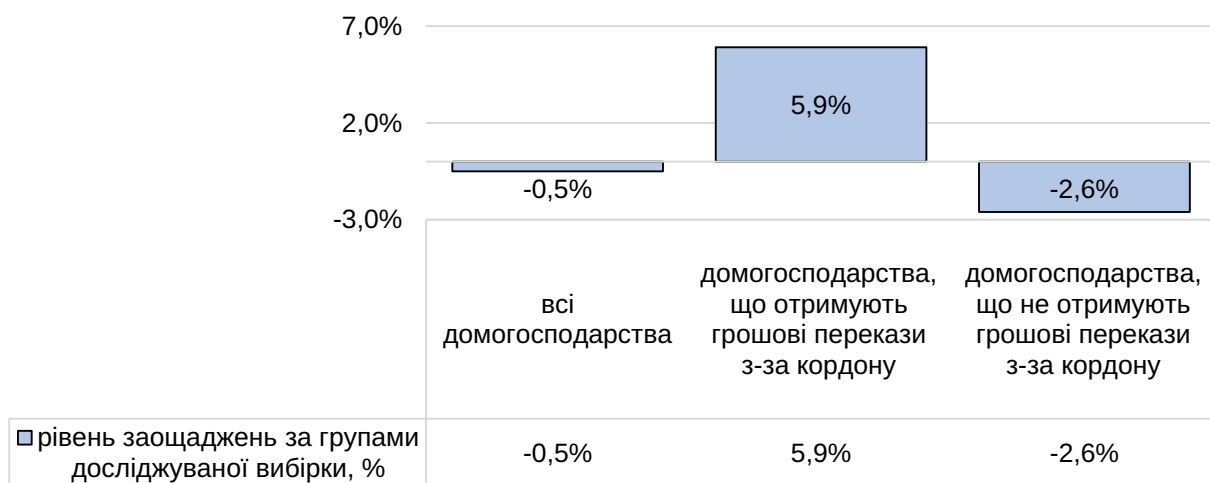


Рис. 2. Середній рівень заощадження у групах домогосподарств В'єтнаму, що відповідно отримують і не отримують грошові перекази міжнародних трудових мігрантів

Джерело: складено автором на основі даних [3]

В'єтнаму загалом. В свою чергу, це веде до суттєвих наслідків:

– мікро-рівня (тобто у стані громадян в розрізі рівня якості їх життя та перспектив їх домогосподарств, що мають у своєму складі міжнародних трудових мігрантів);

– макро-рівня (тобто здатності держави акумулювати як на короткостроковому, так і довгостроковому часових горизонтах ресурс адекватного рівня для направлення на ключові потреби соціально-економічного розвитку відповідно до регіональних і національних пріоритетів).

В даному контексті науково-практичний інтерес також становить наведене порівняння структури витрат в'єтнамських домогосподарств, що показало ряд особливостей в розрізі проблематики сфер використання грошових переказів міжнародних трудових мігрантів їх домогосподарствами у країнах-донорах робочої сили. Зокрема, такі домогосподарства з дослідженої вибірки в процентному співвідношенні більше витрачали на медичні послуги – в порівнянні з домогосподарствами, які не отримували переказів від міжнародних трудових мігрантів (6,4% і 4,3% відповідно в загальній структурі досліджуваної вибірки). В більших деталях дані дослідження наведено в табл. 1.

Наголосимо, що на заощадження домогосподарств направляється незначна частка грошових переказів міжнародних трудових мігрантів, що підтверджено вищенаведеними статистичними даними та міжнародними дослідженнями. Це стосується і т.зв. продуктивних інвестицій – тобто прямих інвестицій у мікро, малий і середній бізнес, а також придбання фінансових активів у країні-донорі робочої сили. В цілому, така ситуація негативно впливає на перспективи соціально-економічного розвитку країни походження міжнародних трудових мігрантів в розрізі

інвестиційної складової механізму формування ВВП країн-донорів робочої сили.

Одним з основних пояснень даної ситуації є те, що дана група домогосподарств розглядають грошові перекази від своїх членів, які зайняті закордоном, як спосіб підвищення свого поточного рівня життя – в першу чергу, за рахунок росту якості споживання членів даних домогосподарств, відповідно нехтуючи інвестиційною складовою. В рамках такого підходу грошові перекази міжнародних трудових мігрантів можуть бути використані на вирішення специфічних потреб окремого домогосподарства, а не інвестовані в національну економіку країни-донора робочої сили.

Відповідно панує два різні погляди на сфери використання даного трансферту – по-перше, як засіб підтримання на достатньому рівні поточного споживання домогосподарства, по-друге, як засіб забезпечення адекватного рівня продуктивних інвестицій в національну економіку країни-донора робочої сили. В результаті, дане явище можливо розцінювати як специфічну стратегію міжнародного трудового мігранта, що покликана покращити рівень життя домогосподарства як в коротко-, так і довгостроковому періодах. В силу цього в розрізі даної проблематики на рішення мікро-рівня щодо використання грошових коштів від даного трансферту накладаються біхевіористичні аспекти об'єктивного та суб'єктивного характеру, що відображають певні поведінкові моделі та підходи до фінансово-інвестиційних рішень на рівні домогосподарства у країні-донорі робочої сили.

Іншим важливим аспектом в розрізі аналізованої проблематики є брак адекватних способів інвестування домогосподарством грошових коштів, отриманих від його члена зайнятого закордоном, а також різноманітні

Таблиця 1

Структура витрат груп в'єтнамських домогосподарств, що відповідно отримують і не отримують грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів – в розрізі основних статей, %, 2021 р.

Стаття витрат	Домогосподарства, які отримують грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів	Домогосподарства, які не отримують грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів	Різниця, п.п.
Витрати на харчування	53,7%	54,4%	-0,7 п.п.
Витрати, що не пов'язані з харчуванням	27,8%	28,0%	-0,2 п.п.
Витрати на медичні послуги	6,4%	4,3%	2,1 п.п.
Витрати на розширення бази активів домогосподарства	4,1%	4,0%	0,1 п.п.
Витрати на освітні послуги	3,4%	4,8%	-1,4 п.п.
Витрати на оплату послуг ЖКГ	3,1%	3,5%	-0,4 п.п.
Витрати на ремонт житла	1,5%	1,0%	0,5 п.п.

Джерело: складено автором на основі даних [3]

інфраструктурні обмеження для таких інвестицій як на локальному, так і національному рівні, що включають фактори слабкої розвиненості зв'язку, недостатності цифрових спроможностей, слабкої доступності фінансових установ, зокрема, в сільській місцевості, низької якості людського капіталу, тощо. Додатковий негативний вплив чинить низький рівень фінансової інклюзії та невідповідний рівень фінансової грамотності в країні походження міжнародних трудових мігрантів.

Зауважимо, що на макро-рівні проблематика цілей використання даного трансферту також є різнонаправленою. З одного боку, даний ресурс на макро-рівні розглядається як ключове джерело стабільних валютних надходжень, що підтримують адекватний стан платіжного балансу країни-донора робочої сили в частині стабільного фінансування імпорту. Додатково в даному контексті грошові перекази громадян, які зайняті закордоном, сприяють розбудові фінансової інфраструктури країни походження, а також уможливають розвиток відповідних фінансових продуктів комерційних банків, підтримують розвиток цільових мікрофінансових установ. Формування інвестиційного ресурсу для розбудови національної економіки країни-донора, що відбувається за рахунок перетікання даного трансферту в фінансових сектор країни походження або в формі прямих інвестицій і придбання цільових фінансових інструментів, також розглядається як один з ключових напрямків для формування державної політики в даній царині.

З іншого боку, грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів в окремих аспектах не мають позитивного ефекту для національної економіки – натомість погіршуючи перспективи її розвитку на середньо- та довгостроковому часовому горизонті. Підґрунтя даній точці зору дає те, що зокрема, стабільний приплив коштів з-за кордону від міжнародних трудових мігрантів створює стійку залежність їх домогосподарств, а також заохочує стабільний тренд виїзду закордон населення працездатного віку, таким чином знижуючи рівень інвестиційної привабливості країни походження через стабільний дефіцит кваліфікованої робочої сили. Тобто в рамках такого підходу до аналізу проблематики макро-рівня в контексті сфер використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів майбутні перспективи соціально-економічного розвитку країни-донора робочої сили жертвуються на користь намагань забезпечити поточну макроекономічну стабільність у країні походження [4].

В даному контексті також необхідно відмітити, що грошові перекази міжнародних трудових мігрантів не являють собою стабільне джерело фінансування мікро та макро-рівня – тобто як для окремого домогосподарства, так і для національної економіки в цілому. Відповідно той

ефект залежності домогосподарств від даного трансферту, що описано вище, створює загрозливий стан для стабільності їх соціально-економічного становища та чинить негативний вплив на характер їх фінансово-інвестиційних рішень як на коротко-, так і довгостроковому часових горизонтах.

Додатково дана проблематика посилюється ефектом соціально-економічної напруги всередині суспільства країни-донора робочої сили на локальному та національному рівні внаслідок росту соціально-економічної нерівності за рахунок отримання додаткового ресурсу окремими домогосподарствами, що складає значну вагу в структурі доходів домогосподарств у країнах походження. В цьому контексті важливо зауважити, що ключові країни-донори робочої сили в своїй більшості історично відрізняються високим рівнем соціальної нерівності та доволі низьким рівнем життя своїх громадян – відповідно трансферти з-за кордону для вибраних домогосподарств у країні походження тільки поглиблюють даний стан, особливо в депресивних регіонах [5].

Іншою тезою в розрізі аналізованої проблематики є *особливості споживчої поведінки домогосподарств* в країнах походження стосовно даного трансферту. Часто надходження від міжнародних трудових мігрантів витрачаються домогосподарствами на імпортні споживчі товари, а не їх місцеві еквіваленти, що, в свою чергу, погіршує стан платіжного балансу країни походження та уповільнює темпи розвитку національних виробників. Це, в свою чергу, веде до росту інфляції на середньостроковому часовому горизонті в країні-донорі робочої сили. Наприклад, дане явище спостерігалось в Південній Кореї та Пакистані в 1980-х рр., що характеризувалося ростом рівня споживчої інфляції у даних країнах в комбінації з дефіцитом кваліфікованої робочої сили. В результаті це вело до суттєвого зростання рівня заробітної плати по національній економіці та різкої зміни вартості робочої сили в даній країні. Паралельно відбувався тиск на платіжний баланс країни-донора робочої внаслідок росту споживання імпортних товарів – на тлі збільшення наявних доходів населення за рахунок отримання регулярних валютних переказів з-за кордону від міжнародних трудових мігрантів [6].

В даному контексті привертає увагу дослідження [7–8], що аналізувало проблематику використання грошових переказів міжнародних трудових мігрантів їх домогосподарствами в Шрі-Ланці – зокрема, в частині потенційного росту поточного споживання або рівня заощаджень аналізованих домогосподарств. Зокрема, дане дослідження показало, що домогосподарства, що отримували грошові перекази від своїх членів, зайнятих закордоном, не споживали більше та не заощаджували менше – в порівнянні

з іншими домогосподарства, що не отримували даного трансферту. Відповідно результати аналізу вибірки в розрізі вищезазначеного кейсу Шрі-Ланки (що складалася з групи домогосподарств, що регулярно отримували грошові перекази від міжнародних трудових мігрантів, і іншої групи домогосподарств, що не отримували даного трансферту) показали відсутність суттєвої різниці між особливостями фінансової та споживчої поведінки як однієї, так і іншої групи досліджуваних домогосподарств з точки зору факту отримання та не отримання трансферту від міжнародних трудових мігрантів.

Відповідно домогосподарства, що отримують даний трансферт, є одним з *основних драйверів накопичення заощаджень у відповідних національних економіках*. Це можливо пояснити тим, що трудові мігранти з наведених вище країн за своїм соціально-економічним профілем *сфокусовані на персональну стратегію цільового заощадження*, та зазвичай виїздили працювати закордон на обмежений період часу за терміновим трудовим договором. Відповідно такі домогосподарства не розраховують на тривалий та неперервний потік грошових коштів з-за кордону, що стимулює до заощадження ресурсу, отриманого в рамках даного трансферту.

Дані дослідження також показали, що ключовим напрямком інвестування грошових коштів, що отримані від міжнародних трудових мігрантів є *інвестиції в нерухомість*. В свою чергу, *інвестиції в бізнес* переважно здійснюються в секторах роздрібною торгівлі, транспорту, а також побутових послуг [9]. Така фінансова поведінка може бути пояснена особливостями соціально-економічного профілю громадян, які є міжнародними трудовими мігрантами. Зокрема, придбання нерухомості або започаткування власного бізнесу уможливорює підвищення соціального статусу такої особи у відповідному соціумі. В результаті, міжнародні трудові мігранти націлені саме на зазначені вище класи активів як бажаний напрямок інвестування зароблених закордоном грошових коштів.

Відповідно така фінансова поведінка в розрізі сфер використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів відображає раціональну поведінку економічного агента на мікро-рівні – хоча такий підхід не підтримує цілі соціально-економічного розвитку на макро-рівні. Розвиваючи дану тезу, зазначимо, що наведений вище підхід до використання даного трансферту відображає мотивації та раціональну поведінку особи, що прийняла рішення про переїзд закордон з метою роботи на постійній основі або на обмежений період часу. Спираючись на дану тезу, можемо зробити висновок, що державна політика країн-донорів робочої сили, що сфокусована виключно на міжнародних трудових мігрантах, матиме недостатні результати в площині реалізації задач

стимулювання соціально-економічного розвитку на макро-рівні та чинитиме недостатній вплив на характер фінансових рішень домогосподарств.

Відповідно уряди країн-донорів запроваджують комплекс державних політик, що покликані вплинути на динаміку та обсяг грошових переказів міжнародних трудових мігрантів, а також на фінансові рішення домогосподарств, які отримують даний трансферт. Результатом реалізації даного комплексу державних політик має бути спрямування грошових коштів міжнародних трудових мігрантів на цілі соціально-економічного розвитку країни-донора робочої сили [10].

Важливо зауважити, що в силу того, що даний трансферт за своїм економічним змістом і правовим статусом є приватним грошовим переказом від фізичної особи членам його або її домогосподарства – уряд країни-донора робочої сили може застосувати скоріше стимулюючі заходи, а не обов'язкові директивні вимоги по відношенню до характеру використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів.

В рамках вищезазначеного комплексу державних політик зазвичай застосовуються такі заходи:

- заохочення міжнародних трудових мігрантів до заощадження грошових коштів у фінансових активах країни походження, а не закордоном в країні цільового призначення;
- стимулювання покупки споживчих товарів у країні походження (першочергово від національного виробника);
- підтримка інвестицій у мікро, малий, середній бізнес від міжнародних трудових мігрантів і їх домогосподарств;
- стимулювання самозайнятості серед міжнародних трудових мігрантів, які повернулися до країни походження;
- підтримка практики здійснення грошових переказів міжнародних трудових мігрантів за допомогою офіційних каналів, що сприяє розбудові національної фінансової системи та росту транспарентності в розрізі надходження та використання даного трансферту.

Відповідно в рамках реалізації названих вище заходів уряди розробляють та впроваджують ряд інструментів і рішень, що підтримують досягнення цілей даної державної політики. Дані рішення на рівні планування та реалізації заходів вищезазначеної державної політики виділено в табл. 2.

При цьому важливо зауважити необхідність розвитку як компоненти ефективного залучення грошових коштів міжнародних трудових мігрантів, так і продуктивного використання даного ресурсу в межах національної економіки. Дана компонента державної політики з продуктивного використання даного трансферту з-за кордону за своєю сутністю передбачає їх спрямування

Таблиця 2

**Напрямки рішень уряду країни-донора робочої сили
в контексті досягнення цілей державної політики стосовно сфер використання
грошових коштів міжнародних трудових мігрантів**

Напрямки рішень	Коментарі
Офіційні канали грошових переказів з-за кордону	Полегшення використання офіційних каналів переказу для міжнародних трудових мігрантів в країні цільового призначення та для членів їх домогосподарств в країні походження
Інформаційні кампанії	Проведення інформаційних компаній з популяризації офіційних каналів переказу грошових коштів
Фінансова грамотність	Реалізація програм з підвищення рівня фінансової грамотності громадян країни-донора робочої сили
Цільові фінансові інструменти	Емісія облігацій, що деноміновані в іноземній валюті, що покликані стимулювати придбання активів у країні-донорі робочої сили
Підтримка самозайнятості	Розробка та запровадження дієвих програм з підтримки самозайнятості для міжнародних трудових мігрантів, які повернулися до країни походження
Стимулювання прямих інвестицій	Стимулювання прямих інвестицій від міжнародних трудових мігрантів і їх домогосподарств у мікро, малий, середній бізнес у країні-донорі робочої сили

Джерело: складено автором на основі власного аналізу

на продуктивні інвестиції за пріоритетними напрямками. Це, в свою чергу, має стимулювати широкий соціально-економічний розвиток в країні-донорі робочої сили.

В світлі вищезазначеного в даному контексті ключову роль матимуть заходи, що спрямовані на розбудову відповідного середовища, що стимулює продуктивні прямі інвестиції та купівлю відповідних фінансових активів у країнах походження міжнародних трудових мігрантів. Даний комплекс заходів першочергово передбачає:

- адекватний правовий режим, що підтримує приватну ініціативу з відкриття власного малого бізнесу міжнародними трудовими мігрантами або членами їх домогосподарств;
- сприятливий фіскальний режим для міжнародних трудових мігрантів і членів їх домогосподарств у площині імпорту устаткування та інших основних засобів для їх бізнесу;
- надання інформаційно-аналітичної підтримки на рівні бізнес-асоціацій, окремих державних інституцій, органів місцевої та державної влади для міжнародних трудових мігрантів і членів їх домогосподарств, які прагнуть реалізувати бізнес-ініціативи;
- реалізацію освітніх програм для власників бізнесу, що сфокусовані на міжнародних трудових мігрантах і членах їх домогосподарств в рамках стимулювання їх бізнес-ініціатив;
- запровадження адекватної програми позикового фінансування підприємницьких ініціатив міжнародних трудових мігрантів і членів їх домогосподарств;
- розбудову системи мікрофінансових організацій, що сфокусовані на розвиток підприємницької ініціативи громадян, які повернулися з роботи за кордоном до країни походження.

Іншим важливим питанням в рамках науково-практичної задачі з ефективного залучення та використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів є встановлення сприятливого режиму монетарної політики в країні-донорі робочої сили. Дане рішення покликане створити відповідне середовище на макро-рівні, що мотивує економічного агента до трансферу капіталу з-за кордону – в формі грошових переказів міжнародних трудових мігрантів членам їх домогосподарств у країні походження. Це передбачає реальне покращення стану макро-середовища в межах ряду практичних кроків, що подані на рис. 3.

Відповідно стимулювання використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів, що адекватні цілям соціально-економічного розвитку країни-донора робочої сили передбачає необхідність планування та реалізації комплексного рішення, що діє як на мікро-, так і макро-рівні і включає не тільки домогосподарства, але і ширші групи стейкхолдерів.

Висновки. Огляд сфер використання грошових коштів трудових мігрантів показав особливості споживчої та фінансової поведінки домогосподарств в країнах призначення, а саме домінування складової поточного споживання над заощадженнями та інвестиціями. Наголосимо, що в цьому контексті важливо сконцентруватися не тільки на особливостях мікро-рівня в контексті використання грошових переказів одержувачами (партнером, дітьми, батьками, братами і сестрами міжнародних трудових мігрантів), але і на проблематиці макро-рівня в контексті впливу грошових переказів на країну походження – тобто на стан і перспективи розвитку національної економіки в цілому,



Рис. 3. Напрямки покращення стану макро-середовища в контексті комплексу державної політики зі стимулювання цільового використання грошових коштів міжнародних трудових мігрантів

Джерело: складено автором на основі власного аналізу

а також динаміку окремих галузей і секторів, регіонів і територій, соціально-демографічних груп в країнах-донорах робочої сили

В рамках стимулювання продуктивних інвестицій уряду країни-донора робочої сили необхідно діяти за низкою напрямків: офіційні канали грошових переказів з-за кордону; інформаційні

кампанії; фінансова грамотність; цільові фінансові інструменти; підтримка самозайнятості; стимулювання прямих інвестицій. Даний комплекс рішень покликаний створити сприятливе середовище для ефективного залучення грошових коштів в інвестиційний механізм на рівні національної економіки країни походження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Remittances matter: 8 facts you don't know about the money migrants send back home. *UN Department of Economic and Social Affairs*. 2021. URL: <https://www.un.org/sw/desa/remittances-matter-8-facts-you-don't-know-about-money-migrants-send-back-home> (accessed 01.12.2022).
2. IMPALA. *IMISCOE*. URL: <https://migrationresearch.com/item/international-migration-policy-and-law-analysis-impala/474307> (accessed 04.12.2022).
3. Thanh Xuan H., Kessels R., Erreygers G. The Impact of Remittances on Saving Behaviour and Expenditure Patterns in Vietnam. *Economies*. 2022. № 10(9). С. 223–242.
1. International Migration 2019 Report. UN Department of Economic and Social Affairs. 2020. URL: https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/migrationreport/docs/InternationalMigration2019_Report.pdf (accessed 06.12.2022).
4. IOM Migration-Related Indicators. 2020. URL: <https://publications.iom.int/system/files/pdf/migration-related-indicators.pdf> (accessed 06.12.2022).
5. OECD Migration Policy Debates № 19. 2019. URL: <https://www.oecd.org/els/mig/migration-policy-debates-19.pdf> (accessed 10.12.2022).
6. Paul J., Subash S. International Migration and its Impact: Some Perspectives. *Management and Labour Studies*. 2005. № 30(1). С. 38–50.
7. Amjad R. To the Gulf and Back: Studies on the Economic Impact of Asian Labour Migration. *ILO-ARTEP*. URL: <https://agris.fao.org/agris-search/search.do?recordID=XF2015037388> (accessed 12.12.2022).
8. Ullah A.K. Rationalizing Migration Decisions: Labour Migrants in East and South-East Asia. London : Routledge. 2010. 276 с.
9. Capacity4dev. *European Commission*. 2022. URL: <https://europa.eu/capacity4dev/results-and-indicators/remittances> (accessed 14.12.2022).

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

УДК 338.26:005.511

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-2>

СУЧАСНА ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТАНДАРТІВ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ

MODERN PRACTICE OF USING OF THE BUSINESS-PLANING STANDARDS IN UKRAINE

Пилявець В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
завідувач кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Західноукраїнського національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8622-0220>

Балазюк О.Ю.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Західноукраїнського національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8673-0869>

Гриник О.І.

викладач кафедри економіки, обліку та оподаткування,
Вінницький навчально-науковий інститут економіки
Західноукраїнського національного університету
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2270-233X>

Pyliavets Viktor, Balaziuk Oksana, Hrynyk Olena
Vinnytsia Training and Research Institute of Economics
of West Ukrainian National University

В статті проведений огляд та дослідження методичних підходів та стандартів до бізнес-планування, наведено типову структуру бізнес-плану згідно з різними методиками які діють в Україні. Особливу увагу приділено характеристиці ініціаторів (установ та організацій) які як консультантами та донорами при складанні бізнес-планів. Вказується, що єдиних універсальних стандартів у принципі не існує, оскільки цілі і методи ведення бізнесу істотно розрізняються. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок про наявність ряду елементів бізнес-плану які присутні майже у всіх методиках та стандартах: резюме, характеристика об'єкта, організаційна, маркетингова, фінансова та інвестиційна складові, показники оцінки ефективності, ризику та шляхи їх подолання. Також у статті наведені матеріали установ та організацій на які необхідно орієнтуватись при формуванні бізнес-планів. Дані стандарти представлені структурно, у вигляді таблиць, де описані основні моменти кожного стандарту, що дає можливість їх вивчення з точки зору подібностей та відмінностей. В підсумку зазначено, що єдиного універсального бізнес-плану, прийняттого для всіх типів підприємств не існує, важливим є вибір найбільш прийняттого стандарту з врахуванням вимог інвестора.

Ключові слова: інвестиція, ефективність, бізнес-план, стандарт, методика, нормативний акт, консалтингова компанія.

As known, development of entrepreneur's structures needs deep planning of activity, and business-plan stands as useful and highly efficient instrument for this. In the article made review and research of methodical approach and standards of business planning, given typical structure of business plan, due to different methodic that used

in Ukraine. At the modern time, there are no unified approaches in the area of business planning, so research of business planning standards is actual today. Special attention is paid for characteristics of initiators (institutions and organizations) who are counselors and donors during the drawing up of the business-plan. Indicated, that unified universal standards do not exist, because of that goals and methods of entrepreneurship significantly differentiating. It is necessary to take into account the direction of the project, sources of financing, distribution market, type of products (services), etc. Conducted research allows us to conclude that there are a number of elements of the business plan that are present in almost all methods and standards: summary, characteristics of the object, organizational, marketing, financial and investment components, performance evaluation indicators, risks and ways to overcome them. The article also contains materials from institutions and organizations that should be used when forming business plans. These standards are presented structurally, in the form of tables, where the main points of each standard are described, which makes it possible to study them from the point of view of similarities and differences. Classical and more widely spread in Ukraine is the standard United Nations Industrial Development Organization. It is emphasized, that often the choice of the method is the decision of investor, either of developer of business-plan. In accordance, fund's managers such as banks, financial institutions set as the goal get in business-plan information about efficiency of business-project and risks assessment. In conclusion, it is stated that there is no single universal business plan acceptable for all types of enterprises, it is important to choose the most acceptable standard taking into account the requirements of the investor.

Key words: Investment, efficiency, business-plan, standard, methodic, regulatory act, consulting company.

Постановка проблеми. Створення нових проектів передбачає попереднє економічне обґрунтування яке найефективніше реалізується за допомогою бізнес-плану. На даний час бізнес планування дозволяє не лише обґрунтувати необхідність розробки того чи іншого бізнес-проекту, а також визначити можливість його реалізації в діючих ринкових умовах.

В класичному розумінні бізнес план є документом, що дає розгорнуте обґрунтування проекту та можливість всебічно оцінити ефективність прийнятих рішень, запланованих заходів, сукупність економічних показників, опис дій, спрямованих на реалізацію поставленої мети діяльності підприємства.

Фахово та професійно розроблений бізнес-план дозволяє ефективно здійснювати взаємодію між підприємцем та інвесторами на взаємовигідних умовах, здійснювати контроль та керівництво, а також проводити ефективне планування результатів діяльності підприємства як на майбутній період та відповідний аналіз результатів діяльності у звітному періоді роботи підприємства.

Тому особливого значення набуває методологія розробки бізнес-плану яка базується на стандартах бізнес-планування. Стандарти бізнес-планування є сукупністю методичних вказівок, найкращих практик, принципів та правил, яких дотримуються організації для створення комплексних бізнес-планів. Ці стандарти допомагають переконатися, що бізнес-плани ефективно організовані, має чітке практичне спрямування, а також має чіткий маршрут реалізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичним та практичним аспектам бізнес-планування діяльності підприємств було присвячено ряд наукових праць, зокрема таких вчених та практиків, як П. Барроу П, Н.Данік, С. Герич, Н. Макаренко, Н. Олійник, А. Верланов

та ін. Але необхідно відмітити, що багато питань бізнес-планування в частині методології є недостатньо висвітленими.

Метою статті є дослідження практичних аспектів використання стандартів бізнес-планів в діяльності українських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. На даний час в Україні відсутня єдина діюча система розробки бізнес-плану. Окремі міжнародні світові методики такі як: C-RIMBOK, DIN 69901, P2M, Hermes, BSI BS 6079 взагалі не набули широкого поширення так як стосовно української економіки мають ряд обмежень, основними з яких є:

- відмінність у законодавчій базі та підзаконних нормативних актів;
- відмінність систем кредитування та оцінки ризиків;
- відмінність систем експертної оцінки;
- різні аналітичні форми документів та різноманітність їх структури.

І саме головне, це пов'язано переважно з тим, що середовище бізнесу й ділове планування в країнах з розвинутою ринковою економікою формувалося з деякими особливостями, що зумовило певні відмінності методичних підходів до розробки бізнес-планів у європейських країнах та США.

Сьогодні є безліч методик та стандартів щодо розробки бізнес-планів. Оскільки часто вибір методики є рішенням інвестора, а не розробника бізнес-плану, то питання вибору методики вирішується саме ним. Але за відсутності вимог розробник сам має право приймати це рішення, щодо методики Найбільшого поширення в Україні в зв'язку з посиленою інтеграцією на світові товарні ринки набули наступні закордонні методики:

- Методика бізнес-планування ЮНІДО (United Nations Industrial Development Organization UNIDO);

– Методика бізнес-планування TACIC (*Technical Assistance for the Commonwealth of Independent States. TACIS*);

– Методика бізнес-планування ЄБРР (*European Bank for Reconstruction and Development. EBRD*).

Основні вимоги до бізнес-плану згідно зазначених вище міжнародних стандартів: інформативний та зрозумілий опис суті проекту, чітке формулювання цілей та завдань, подання актуальної інформації про ринок, ресурси, передбачувані досягнення та показники економічну ефективність. Основний наголос в даних стандартах робиться на ризики та їх подолання.

Поряд зі загальноновизнаними світовими стандартами існують українські методики бізнес-планування, які розроблені для спрощення процесу розробки бізнес-планів, їх необхідно розділити на наступні групи:

– стандарти бізнес-планування органів державної влади;

– стандарти бізнес-планування фінансово-кредитних установ та державного сектору;

– стандарти бізнес-планування підприємств виробничого сектору.

В першу чергу розглянемо регуляторні рекомендації органів державної влади до яких відносять: «Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств» [3], «Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів» [4].

З метою методологічного забезпечення єдиного підходу до складання бізнес-плану

розвитку підприємства Міністерством економіки України в 2006 році розроблені та затверджені «Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств» [3]. Дані методичні рекомендації узагальнюють світовий та вітчизняний досвід розроблення бізнес-плану підприємств як основи їх інвестиційного розвитку. Вони призначені для надання методичної допомоги підприємствам при складанні річних та довгострокових планів їх розвитку. Даний документ глибоко і послідовно розглядає всі організаційні та методичні аспекти формування бізнес-плану. Особливої уваги заслуговує приклади сформованих узагальнюючих таблиць та формул для розрахунку окремих показників.

Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів підготовлено Державним агентством із інвестицій та розвитку в 2010 році з метою забезпечення єдиного підходу до розробки суб'єктами господарювання бізнес-планів інвестиційних проектів. Згідно даних методичних рекомендацій поняття «інвестиційний -план» та «бізнес-план» – тотожні. Методичні рекомендації узагальнюють світовий та вітчизняний досвід розроблення бізнес-планів і призначені для надання методичної допомоги суб'єктам господарювання.

За даними методичними рекомендаціями «Бізнес-план – це документ, який містить маркетингову, технічну та фінансову інформацію, що обґрунтовує доцільність інвестування у новий проект або розширення уже існуючого бізнесу» [4].

Таблиця 1

Структурні складові бізнес-планів

Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств (Міністерство економіки України 2006 р.)	Методичні рекомендації з розроблення бізнес-планів інвестиційних проектів (Державне агентство України з інвестицій та розвитку, 2010 р.)
<ul style="list-style-type: none"> - Резюме; - Характеристика підприємства; - Характеристика продукції (послуг), що виробляється підприємством; - Дослідження та аналіз ринків збуту продукції (послуг); - Характеристика конкурентного середовища та конкурентні переваги; - План маркетингової діяльності; - План виробничої діяльності підприємства; - Організаційний план; - План охорони навколишнього середовища; - Фінансовий план та програма інвестицій; - Аналіз потенційних ризиків; - Бюджетна та економічна ефективність інвестиційного бізнес-плану; - Соціально-економічні наслідки реалізації інвестиційного бізнес-плану. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Титульний аркуш; 2. Меморандум про конфіденційність; 3. Резюме; 4. Опис суб'єкта господарювання та сфера його діяльності; 5. Загальна інформація про інвестиційний проект, у тому числі відповідність завданням і пріоритетам, визначеним Програмою діяльності Кабінету Міністрів України; 6. Опис продукції суб'єкта господарювання, у тому числі для реалізації інвестиційного проекту; 7. Маркетинг і збут продукції, у тому числі для реалізації інвестиційного проекту; 8. Виробничий план, у тому числі для реалізації інвестиційного проекту; 9. Організаційний план, у тому числі для реалізації інвестиційного проекту; 10. Фінансовий план, у тому числі для реалізації інвестиційного проекту; 11. Оцінка ефективності реалізації інвестиційного проекту; 12. Ризики; 13. Додатки.

Джерело: складено автором

Крім цього державними органами було розроблено ряд інших регуляторних актів:

– Наказ Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 15.01.2002 р. № 13 «Про затвердження Методики відбору конкурентоспроможних проектів з розвитку експортного потенціалу України». В даному документі, наведено рекомендовану структуру бізнес-плану, яку застосовують під час відбору конкурентоспроможних проектів з розвитку експортного потенціалу України [5];

– Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.12.2013 р. № 1764 «Про затвердження примірної структури бізнес-плану інноваційного проекту». Згідно цього наказу затверджено форми заяви про розгляд інноваційного проекту та форми інноваційного проекту У наказі зазначено лише про необхідність наявності бізнес-плану інноваційного проекту, проте вимог щодо його структури не наведено.[6] В іншому наказі затверджено примірну структуру бізнес-плану інноваційного проекту, що включає 10 розділів і короткі поради щодо їх наповнення [7].

На завершення початкового огляду методик зазначимо, що основною ознакою їх відмінностей є склад та порядок розміщення розділів бізнес-плану у підсумковому документі. Класичні та стандартні розділи бізнес-плану нехай за різними пунктами та різни трактуванням, але обов'язково присутні у кожній із зазначених методик.

Важливою інституцією яка задає свої вимоги в сфері бізнес-планування є фінансово-кредитний сектор. Як відомо на розвиток або започаткування бізнесу, найчастіше, доводиться залучати позикові кошти. Найбільш популярний варіант – це звернення в банк. Банківська установа може профінансувати цікавий і рентабельний проект, який, на думку банкірів, повинен принести прибуток, та відповідно забезпечити погашення позичальником боргових зобов'язань. З точки зору банківської установи бізнес-план є описом діяльності, яка принесе прибуток у перспективі. Даний документ повністю характеризує структуру компанії, її склад, діяльність, а також описує безпосередньо продукт, який випускається на ринок [8].

Для банківської установи важливим є не стільки структура представленої бізнес-плану, скільки сам зміст та основна ідея, яка повинна принести прибуток. Тим не менш бізнес-план повинен бути дуже докладним, так як фахівці будуть глибоко оцінювати ризики фінансування, та можливо, захищати бізнес-план на кредитному комітеті.

При підготовці бізнес-плану для банківської установи варто розуміти, що фахівці банку не є підприємцями, а працюють в вузько направленої сфері. Тому бізнес-план для банку повинен ґрунтовно розкривати інформацію про продукт та його затребуваність на ринку, Також особлива

увага приділяється ризикам і розрахункам при плануванні грошових потоків. Важливим є деталізація доходів і витрат протягом всього проекту, а також опис потенційного прибутку в декількох сценаріях розвитку.

Актуальним прикладом в цьому напрямку є ряд державних програми для яких необхідним є бізнес-план. Так 3 1-го лютого 2021 року в Україні стартувала державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». Ця програма державної підтримки мікро- та малого бізнесу дає можливість підприємцям отримати до 1,5 млн грн кредиту під 5, 7 або 9% для створення або розширення власного бізнесу. Уряд визначив механізм використання бюджетних коштів у межах діяльності Фонду розвитку підприємництва [9]. Крім цього активним учасником у формуванні стандартів в сфері бізнес-планування є Державна служба зайнятості.

Так згідно «Порядку надання мікрогрантів на створення або розвитку власного бізнесу», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 21.06.2022. № 738 [10], Міністерством економіки України було розроблено наказ «Про затвердження Порядку проведення оцінювання заяв, критеріїв оцінювання та необхідної кількості балів (оцінки) для прийняття Державним центром зайнятості рішень про надання мікрогрантів на створення або розвиток власного бізнесу, форми бізнес-плану, форми договору про надання мікрогранту, а також кінцевих строків подання заяв та граничної суми мікрогрантів» [11]. В даному порядку має місце чітко сформована форма (шаблон) бізнес-плану для отримання мікрогранту.

Зазначена форма для Державних центрів зайнятості взагалі представляє собою шаблон для оформлення бізнес-плану при наданні заяви на отримання мікрогранту на створення або розвиток власного бізнесу. Заповнення всіх полів є необхідним для захисту бізнес-плану та отримання мікрогранту. Кожне поле бізнес-плану заповнюється, використовуючи пояснення та поради для їх заповнення. Після надсиланням отримувачем заявки виправлення не допускаються. У шаблонах перераховано ряд поширених параметрів, але вони можуть не в повному обсязі бути застосовані до бізнесу отримувача.

Разом з тим необхідно відмітити, що в Україні є ряд консалтингових підприємницьких структур які надають послуги по складанню бізнес планів за власними внутріфірмовим и стандартами. Це перш за все компанії – «Pro-Consulting», KPMG International, МХП та ін.

Так «Pro-Consulting» – провідний гравець на українському ринку консалтингових послуг у галузі маркетингових досліджень, аналізу товарних і фінансових ринків, розробки стратегій розвитку та просування [12].

Таблиця 2

Типові структурні складові бізнес-планів фінансово-кредитного та державного сектору

Державні програми	Типовий бізнес-план для банківського сектору	Бізнес-плани мікрогрантів для Державних центрів зайнятості
1. Титульна сторінка 2. Резюме 3. Продукт та послуга 3.1 Опис продукту 3.2 Унікальність продукту. 4. Аналіз ринку 4.1 Основні показники ринку 4.2 Аналіз сегментації ринку 5.3 Конкуренція та конкурентні переваги 5. Маркетинг та продажі 5.1. Стратегія плану маркетингу 5.2. План продажу 5.3. Витрати на маркетинг 6. Організація та виробництво 6.1 Виробничі потужності 6.2 Організація виробничого процесу 7. Фінансування 7.1 Джерела фінансування 7.2 Окупність 8. Оцінка ефективності. 8.1 Фінансові результати 8.2 Прогнозний баланс 8.3 Прогнозний грошовий потік 9. Фактори ризику 9.1. Технічні ризики 9.2. Фінансові ризики 10. Додатки	1. Титульний аркуш 2. Резюме 3. Опис бізнес-проекту 3.1. Бізнес 3.2. Продукція 3.3. Ринок 3.4. Керівництво та персонал 3.5. Фінансування 3.6 Стратегія розвитку 4. Огляд ринку 4.1. Історія розвитку ринку 4.2 Динаміка ринку у грошових і натуральних показниках 4.3 Основні тенденції, які визначають розвиток ринку 4.4 Прогноз розвитку ринку 4.5 Конкуренти на ринку 5. Виробництво та експлуатація 5.1. Плани розвитку 5.2. Придбання обладнання 5.3. Фактори виробництва 5.4. Виробничий план 6. Фінансовий план проекту 6.1. Вихідні дані для розрахунків 5.2. Прогноз продажів 6.3. Формування прибутку 6.4. Прогноз руху грошових потоків 6.5. Погашення кредитних коштів 6.6. Коефіцієнт обслуговування боргу 6.7. Розрахунок беззбитковості 7. Аналіз ефективності проекту 7.1. Аналіз прибутковості 7.2. Інвестиційна привабливість 7.3. Сценарії розвитку проекту 8. Аналіз ризиків 8.1. Факторний аналіз ризиків 8.2. Стратегія зниження ризиків 8.3. SWOT-аналіз 9. Додатки	I. Опис проекту 1. Опис бізнес-ідеї - Цілі в поточному році - Середньострокові цілі - Сума мікрогранту - Опис використання мікрогранту 2. Навички та компетенції - Попередній досвід - Освіта та кваліфікація, яка допоможе реалізувати бізнес-план 3. Цільова аудиторія 4. Ринок та конкуренція - Аналіз ринку - Переваги бізнесу отримувача відносно бізнесу конкурентів 5. Плани продажів і маркетингу II. План надходжень та витрат - Сума мікрогранту - Період надання гранту - Прогноз грошових потоків - Статі витрат пов'язані з реалізацією проекту - Чистий дохід Додатки

Джерело: складено автором

В сфері бізнес-планування компанія здійснює: розробку бізнес-планів та інших інвестиційних документів різного ступеня складності; купівлю і при необхідності доопрацювання готового типового бізнес-плану; аудит підготовленого бізнес-плану та його доопрацювання (за необхідності); супровід підготовленого бізнес-плану та залучення необхідного фінансування.

KPMG International – це міжнародна мережа фірм, що надають аудиторські, податкові та консультаційні послуги. *KPMG* в Україні представлена ТОВ "КПМГ-Україна" та АО "КПМГ ПРАВО". Основні послуги що надають представництва *KPMG* це: аудит, податкове та юридичне консультування; бізнес консультації [13].

МХП – міжнародна компанія у сфері харчових та агротехнологій та ритейлу зі штаб-квартирою в Києві та виробничими потужностями в Україні.

МХП – лідер з реалізації розвиткові проєктів та впровадження соціально значущих змін в малих містах і селах України створено фонд «*МХП – Громаді*».

Фонд для сприяння самореалізації підприємницьких людей в сільській місцевості в останні роки проводить конкурси мікрогрантів «Село. Кроки до розвитку». Фонд дозволяє перетворити ідею в бізнес і ефективно його розвивати. Конкурс мікрогрантів «Село. Кроки до розвитку» фінансується в рамках проєкту «Розвиток села та протидія пандемії COVID-19 через сприяння росту малого та мікро підприємництва», підтриманого у межах спільного проєкту Уряду Швеції та Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні «Посилене партнерство для сталого розвитку». Для участі в конкурсі необхідним є формування бізнес-плану за власними стандартами [14].

Структурні складові бізнес-планів українських бізнес-компаній

Pro-Consulting	КПМГ-Україна	МХП
<p>1. Резюме проекту 2. Опис компанії 3. Опис проекту 4. Аналіз цільового ринку 5. Виробничий план 5.1. Місцезнаходження 5.2. Виробничий процес 5.3. Продукція/послуга 6. Організаційний план 6.1. Мережевий графік реалізації 6.2. Необхідний персонал і кадрова політика по проекту 7. Маркетинговий план 7.1. Канали збуту продукції 7.2. Стратегія просування 8. Інвестиційний план 8.1. План фінансування 8.2. Необхідне обладнання та інші активи за проектом 9. Фінансовий план проекту 9.1. Вихідні дані для розрахунків їх аргументації 9.2. Прогноз продажів 9.3. Формування прибутку 9.4. Прогноз руху грошових потоків за проектом 9.5. Погашення кредитних коштів 9.6. Обслуговування боргу 9.7. Розрахунок точки беззбитковості за проектом 10. Аналіз ефективності проекту 10.1. Аналіз прибутковості 10.2. Показники інвестиційної привабливості 10.3. Сценарії розвитку проекту 11. Аналіз ризиків 11.1. Факторний аналіз ризиків 11.2. Стратегія зниження ризиків 11.3. SWOT-аналіз 12. Висновки 13. Додатки</p>	<p>1. Резюме 1.1. Короткий огляд 1.2. Продукція та послуги 1.3. Місія, цілі та завдання 2. Продукція та послуги 2.1. Вступ 2.2. Продукція та послуги 2.3. Супутні товари та послуги 3. Аналіз ринку та галузі 3.1. Використання продукту та послуги 3.2. Демографічний аналіз 3.3. Конкуренція 3.4. SWOT-аналіз 4. Цільові ринки 4.1. Цільові споживачі 5.1. Географічний цільовий ринок 6.1. Ціноутворення 5. Стратегії реклами та просування 5.1. Стратегія просування 5.2. Засоби розповсюдження реклами 5.3. Прогноз продажів 6. Управління 6.1. Організація та ключовий персонал 6.2. Постійне споживання активів 6.3. Витрати на підготовку виробництва 7. Фінансовий аналіз 7.1. Собівартість продукції 7.2. Аналіз беззбитковості 7.3. Кількісний аналіз 7.4. Доходи та збитки 7.5. Рух грошових коштів 7.6. Баланси підприємства 8. Ризики 6. Додатки</p>	<p>1. Опис бізнесу та галузі - Відомості про бізнес - Можливий прибуток - Спосіб виробництва - Перспективи розвитку - Галузь економіки - Партнерські зв'язки 2. Опис продукції - Асортимент продукції - Можливості та плани - Перелік відмінностей продукту від вже існуючих - Перелік вигод покупця 3. Маркетинг та збут продукції (послуг) - Цільовий ринок - Сегмент ринку - Тенденції ринку - Конкуренти - Визначення покупців - Частка ринку - Цінова політика - Стратегія реклами - Витрати на маркетинг 4. Виробничий план - Технологія виробництва - Обсяг виробництва - Потреба у ресурсах - Витрати за виробництво 5. Організаційний план - Організаційна структура підприємства 6. Фінансовий план - Прибуток - Бюджет доходів та видатків - Термін окупності капіталу - Ефективність бізнесу - Бюджет-доходів та витрат 7. Ризики та гарантії. - Виробничі, комерційні фінансові, форс-мажор 8. Додатки</p>

Джерело: складено автором

Висновок Таким чином, за результатами дослідження, можна зробити висновок, що бізнес-планування є ключовим інструментом у розвитку бізнес-процесів і є основою для розробки стратегічних планів в організації. Його структурування допомагає визначити етапи реалізації бізнес-ідеї, а також всебічно оцінити середовище

реалізації плану та визначити необхідні фінансові та матеріальні ресурси. Головним питанням при виборі методики розробки бізнес-плану є визначення основного джерела фінансування бізнес-проекту, який повинен відображати інтереси всіх суб'єктів реалізації, але в першу чергу вимоги інвестора.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Барроу П. Бізнес план, которий работает; пер. с англ. Москва : Альпина Бизнес Букс, 2007. 288 с.
2. Данік Н. В. Бізнес-планування як інструмент здійснення фінансового менеджменту в сучасних умовах розвитку України. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2014. № 1. С. 112. URL: <http://global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf> (дата звернення: 04.01.2023).
3. Методичні рекомендації з розроблення бізнес-плану підприємств: затверджені Наказом Міністерства економіки України від 06.09.2006 № 290. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06> (дата звернення: 14.01.2023).

4. Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів: затверджені Наказом Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 № 73. URL: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0> (дата звернення: 17.02.2023).
5. Про затвердження Методики відбору конкурентоспроможних проектів з розвитку експортного потенціалу України: Наказ Міністерства економіки з питань європейської інтеграції України від 15.01.2002 р. № 13. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0013569-02> (дата звернення: 19.02.2023).
6. Про затвердження форми заяви про розгляд інноваційного проекту, форми інноваційного проекту та Порядку проведення державної експертизи інноваційних проектів: Наказ Міністерства освіти і науки України від 30.07.2013 р. № 1052. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1351-13#n19> (дата звернення: 19.02.2023).
7. Про затвердження примірної структури бізнес-плану інноваційного проекту: Наказ Міністерства освіти і науки України від 13.12.2013 р. № 1764. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1764729-13#Text> (дата звернення: 04.01.2023).
8. Методичні рекомендації по складанню бізнес-плану розвитку сільськогосподарського підприємства. Київ : Мінагрополітики України АПК, 2003. 260 с.
9. Державна програма «Доступні кредити 5-7-9%». URL: <https://5-7-9.gov.ua> (дата звернення: 04.01.2023).
10. Постанова Кабінету Міністрів України від 21.06.2022. № 738 «Про порядок надання мікрогрантів на створення або розвиток власного бізнесу». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MN025490> (дата звернення: 12.02.2023).
11. Наказ Міністерства економіки України від 06 липня 2022 року N 1969 «Про затвердження Порядку проведення оцінювання заяв, критеріїв оцінювання та необхідної кількості балів (оцінки) для прийняття Державним центром зайнятості рішень про надання мікрогрантів на створення або розвиток власного бізнесу, форми бізнес-плану, форми договору про надання мікрогранту, а також кінцевих строків подання заяв та граничної суми мікрогрантів». URL: <https://ips.ligazakon.net/document/re38087?an=2873> (дата звернення: 13.02.2023).
12. Компанія «Про-Консалтинг» URL: <https://pro-consulting.ua/ua/services/sostavlenie-biznes-plana-po-standartam-unido> (дата звернення: 15.02.2023).
13. ТОВ «КПМГ-Україна». URL: <https://kpmg.com/ua/uk/home.html> (дата звернення: 15.02.2023).
14. Герич. С. В. Методичні вказівки щодо розробки бізнес-плану при організації підприємницької діяльності. URL: <https://stina.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/Metodycheskye-ukazanyua.pdf> (дата звернення: 12.02.2023).
15. Макаренко Н. М., Олійник Н. М. Бізнес-планування. Навчально-методичний посібник. Херсон : ТОВ «ВКФ «СТАР» ЛТД», 2017. 224 с.
16. Верланов Ю. Ю., Верланов О. Ю. Бізнес-планування: теорія та практика : навчальний посібник. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2014. 244 с.

REFERENCES:

1. Barrou P. (2007) *Byznes plan, kotoruy rabotaet*; per. s anghl. Moscow: Aljpyna Byznes Buks. 288 p.
2. Danik N. V. (2014) *Biznes-planuvannja jak instrument zdjnsennja finansovogho menedzhmentu v suchasnykh umovakh rozvytku Ukrajinjy. Ghlobaljni ta nacionaljni problemy ekonomiky.* # 1. P. 112. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/1-2014/16.pdf> (accessed 04.01.2023).
3. *Metodychni rekomendaciji z rozroblennja biznes-planu pidprijemstv: zatverdzeni Nakazom Ministerstva ekonomiky Ukrajinjy vid 06.09.2006 # 290.* Available at: <http://zakon.nau.ua/doc/?code=v0290665-06> (accessed 14.01.2023).
4. *Metodychni rekomendaciji z rozrobky biznes-planiv investycijnjykh proektiv: zatverdzeni Nakazom Derzhavnogho aghentstva Ukrajinjy z investycij ta rozvytku vid 31.08.2010 # 73.* Available at: <http://zakon.nau.ua/doc/?uid=1041.39798.0> (accessed 17.02.2023).
5. *Pro zatverdzhennja Metodyky vidboru konkurentospromozhnykh proektiv z rozvytku eksportnogho potencialu Ukrajinjy: Nakaz Ministerstva ekonomiky z pytanj jevropejskoji integhraciji Ukrajinjy vid 15.01.2002 r. # 13.* Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0013569-02> (accessed 19.02.2023).
6. *Pro zatverdzhennja formy zajavy pro rozghljad innovacijnogho proektu, formy innovacijnogho proektu ta Porjadku provedennja derzhavnoji ekspertyzy innovacijnykh proektiv: Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrajinjy vid 30.07.2013 r. # 1052.* Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1351-13#n19> (accessed 19.02.2023).
7. *Pro zatverdzhennja prymirnoji struktury biznes-planu innovacijnogho proektu: Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrajinjy vid 13.12.2013 r. # 1764.* Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v1764729-13#Text> (accessed 04.01.2023).
8. Kyiv: Minagropolityky Ukrajinjy APK (2003) *Metodychni rekomendaciji po skladannju biznes-planu rozvytku siljsjkoghospodarsjkogho pidprijemstva.* 260 p.
9. *Derzhavna proghrama «Dostupni kredyty 5-7-9%».* Available at: <https://5-7-9.gov.ua> (accessed 04.01.2023).
10. *Postanova Kabinetu Ministriv Ukrajinjy vid 21.06.2022. # 738 « Pro porjadok nadannja mikroghrantiv na stvorennja abo rozvytok vlasnogho biznesu».* Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/MN025490> (accessed 12.02.2023).

11. Nakaz Ministerstva ekonomiky Ukrainy vid 06 lypnja 2022 roku N 1969 «Pro zatverdzhennja Porjadku provedennja ocinjuvannja zajav, kryterijiv ocinjuvannja ta neobkhidnoji kiljkosti baliv (ocinky) dlja pryjnattja Derzhavnym centrom zajnjatosti rishenj pro nadannja mikroghrantiv na stvorennya abo rozvytok vlasnogho biznesu, formy biznes-planu, formy doghovoru pro nadannja mikroghrantu, a takozh kincevykh strokiv podannja zajav ta ghranychnoji sumy mikroghrantiv». Available at: <https://ips.ligazakon.net/document/re38087?an=2873> (accessed 13.02.2023).
12. Kompanija «Pro-Konsaltingh». Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/services/sostavlenie-biznes-plana-po-standartam-unido> (accessed 15.02.2023).
13. TOV «KPMGh-Ukrajina». Available at: <https://kpmg.com/ua/uk/home.html> (accessed 15.02.2023).
14. Gherych. S. V. Metodychni vkazivky shhodo rozrobky biznes-planu pry orghanizaciji pidpryjemnyckoji dijaljnosti. Available at: <https://stina.org.ua/wp-content/uploads/2018/06/Metodycheskye-ukazanyya.pdf> (accessed 12.02.2023).
15. Makarenko N. M., Oliinyk N. M. (2017) Biznes-planuvannia. Navchalno-metodychni posibnyk. Kherson: TOV «VKF «STAR» LTD». 224 p.
16. Verlanov Yu. Yu., Verlanov O. Iu. (2014) Biznes-planuvannia: teoriia ta praktyka: navchalnyi posibnyk. Mykolaiv: Vyd-vo ChDU im. Petra Mohyly. 244 p.

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 351.82:330.342.146:330.34.014-026.23
DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-3>

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A DETERMINANT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: ASPECT OF PUBLIC ADMINISTRATION

Вербицька А.В.

кандидат наук з державного управління,
завідувач кафедри маркетингу, PR-технологій та логістики,
Національний університет «Чернігівська політехніка»

Verbytska Anna

Chernihiv Polytechnic National University

У статті проаналізовано аналіз досвіду країн Європейського Союзу щодо особливостей у підходах залучення стейкхолдерів до формування та реалізації політик з впровадження ЦСР. Визначено чотири типи механізмів участі зацікавлених сторін у прийнятті рішень у сфері сталого розвитку: публічні консультації; розширений процес участі, такий як форум; участь через спеціалізований орган, створений як незалежна рада зі сталого розвитку; додаткові механізми участі зацікавлених сторін такі як пряма участь у Політичному форумі високого рівня. Узагальнено виклики та бар'єри, які заважають досягненню ЦСР через призму державного стратегічного планування. Наведені рекомендації щодо імплементації ЦСР у державну політику України. Окреслено механізми взаємодії бізнесу з територіальною громадою задля досягнення ЦСР.

Ключові слова: цілі сталого розвитку, сталий розвиток, соціальна відповідальність бізнесу, корпоративна соціальна відповідальність, соціальне підприємництво, соціальні інвестиції, механізми державного управління, партисипація, участь стейкхолдерів.

On the way to achieving sustainable development in Ukraine, the influence of the business sector must be increased. The state should monitor the needs of the private sector and increase business involvement in achieving the Sustainable Development Goals (SDGs). It is necessary to unite efforts and involve stakeholders (government, business, education, community) with a common vision of the vector to which Ukraine is heading in the context of achieving the SDGs. Modern challenges require not only solutions from the government and local self-government, but also a deep understanding of the potential of intersectoral interaction. The article analyzes the experience of the countries of the European Union with regard to the peculiarities of the approaches to the involvement of stakeholders in the formation and implementation of policies on the implementation of the SDGs. Four types of mechanisms for the participation of interested parties in decision-making in the field of sustainable development are defined: through public consultations; through an extended participatory process such as a forum; through a specialized body established as an independent sustainable development council; through additional stakeholder engagement mechanisms such as direct participation in the High Level Political Forum. The challenges and barriers that prevent the achievement of the SDGs through the prism of state strategic planning are summarized. Recommendations regarding the implementation of the CSR into the state policy of Ukraine are presented. The mechanisms of interaction between business and the territorial community in order to achieve the SDGs are outlined. Social entrepreneurship is described as an effective way of business interaction with the community to achieve sustainable development. By solving social problems in innovative ways using a combination of social and economic resources, social entrepreneurship contributes to meeting the demand for social goods and acts as a tool for the integration of vulnerable population groups into society.

Key words: sustainable development goals, sustainable development, social responsibility of business, corporate social responsibility, social entrepreneurship, social investments, public administration mechanisms, participation, stakeholder participation.

Постановка проблеми. Економічне зростання є важливим, проте не єдиним компонентом для сталого розвитку. Такі фактори як фокус економіки на вичерпних ресурсах, фактор диверсифікації економіки впливають на можливості досягнення економічного зростання. В сучасних умовах підхід до розбудови економіки країни навколо доступу до природних ресурсів не буде дієвим, натомість варто орієнтувати економічні вектори на розвиток людських ресурсів, розбудову суспільної спроможності. Сфера освіти так само має реагувати на зміни та долати розрив у необхідних навичках для сьогодення. На шляху до досягнення сталого розвитку в Україні має посилюватися вплив бізнес-сектора. У свою чергу держава має розуміти потреби приватного сектору та підвищити залученість бізнесу у досягненні Цілей сталого розвитку (ЦСР). Відтак, необхідним є об'єднання зусиль та залучення стейкхолдерів (уряд, бізнес, освіта, громада) зі спільним баченням вектору, до якого прямує Україна у контексті досягнення ЦСР. Сучасні виклики вимагають не лише рішень від уряду та місцевого самоврядування, а й глибокого розуміння потенціалу міжсекторальної взаємодії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Концепція сталого розвитку та корпоративної соціальної відповідальності (КСВ) не втрачає своєї важливості та уваги серед закордонних та вітчизняних науковців та практикуючих експертів.

Закордонні наукові праці останніх років спрямовані на теоретичні та емпіричні дослідження диференціації та взаємозв'язку соціальної відповідальності, КСВ та сталого розвитку (Mosteraniuk A., Nasr E., Awwad R. I., Hamdan S., Aljuhmani H.Y., Sheehy B., Farneti F., ElAlfy A., Palaschuk N., El-Bassiouny D., Wilson J., Weber O.) [1-3].

Практики КСВ як предмет досліджень, що розширюють теоретичне підґрунтя концепції через призму міждисциплінарності висвітлені в працях Phillips R., Schrempf-Stirling J., Stutz C., Herrera J., de las Heras-Rosas C. [4; 5].

Питання інтеграції практик КСВ та сталого розвитку у бізнес-стратегії, задля досягнення ЦСР та отримання конкурентних переваг розкриті у дослідженнях Diez-Sañamero B., Bishara T., Otegi-Olaso J. R., Minguez R., Fernández J. M., Liakh O., Spigarelli F. [6; 7].

Взаємозв'язок між КСВ та практиками сталого розвитку як інструментами вирішення соціальних та екологічних проблем обґрунтовано в працях Das J. K., Taneja S., Arora N. Sánchez-Hernández M. I., Vázquez-Burguete J. L., García-Miguélez M. P., Lanero-Carrizo A. [8; 9].

Дослідження вітчизняних науковців присвячені імплементації досвіду ЄС у впровадженні принципів сталого розвитку (Дерій Ж., Зосименко Т., Шадуро-Никипорець Н.) [10]; ролі

громад та соціальної згуртованості у досягненні сталого розвитку (Сила Т. І.) [11]; державному регулюванню сталого розвитку сільських територій (Пінчук А.) [12]; освітньому вектору у досягненні ЦСР (Мелеганич Г., Ревко А., Нагорна Н.) [13–15].

Роль соціальної відповідальності та основні засади її розвитку в Україні досліджувала Лункіна Т. [16]; теоретичні аспекти сталого розвитку, зокрема екологічної та соціальної відповідальності бізнесу досліджували Смачило В., Халіна В. [17]; питання корпоративної культури як складової соціальної відповідальності бізнесу вивчали Біла І., Насікан Н. [18]; міжнародний досвід соціальної відповідальності бізнесу та сталого економічного розвитку досліджували Кицюк І., Павліха Н. [19].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Враховуючи останні дослідження, констатуємо, що інтерес українських науковців до питань сталого розвитку та соціальної відповідальності зростає, разом із вивченням взаємозв'язку між сталим розвитком, соціальною відповідальністю бізнесу та державним управлінням не розглядається в працях дослідників, відтак потребує аналізу.

Метою статті є аналіз досвіду країн ЄС щодо особливостей у підходах залучення стейкхолдерів до формування та реалізації політик з впровадження ЦСР; узагальнення викликів та бар'єрів, які заважають досягненню ЦСР через призму державного стратегічного планування, та рекомендацій щодо імплементації ЦСР у державну політику України; визначення механізмів взаємодії бізнесу з територіальною громадою задля досягнення ЦСР.

Виклад основного матеріалу. Участь стейкхолдерів у формуванні та реалізації політик у галузі сталого розвитку є невід'ємною частиною реалізації Порядку денного до 2030 року [20]. Принцип «не залишити нікого осторонь» («leaving no one behind») часто обговорюється саме у міжнародному вимірі ЦСР, але застосування принципу є важливим і в національному контексті [21]. У національному аспекті, вищезгаданий принцип може застосовуватись до різних заходів, таких як, публічні консультації щодо стратегії, залучення експертів до процесу прийняття рішень або до складу управлінських органів, публічні форуми за участі організацій громадянського суспільства, приватного сектору тощо [22].

Партисипація у напрямку досягнення ЦСР створює відчуття власності у цьому процесі для всіх залучених сторін. Ключовий результат партисипації полягає у взаємозв'язку між процесом координації політики та її результатами внаслідок відчуття спільної відповідальності. Взаємодія зацікавлених сторін та недержавних суб'єктів з урядовою політикою за допомогою партисипації може бути шляхом забезпечення

узгодженості цілей політики та фасилітації змістовних партнерств, до яких входять різноманітні стейкхолдери.

Розглянемо досвід країн ЄС у залученні стейкхолдерів до формування та реалізації політик з досягнення ЦСР. Проведений аналіз базувався на підході «сходи стейкхолдерів» («stakeholder staircase»), згідно з яким різні типи заходів співвідносяться з різними рівнями залучення стейкхолдерів [22]. Рис. 1 демонструє різні залученості стейкхолдерів до активностей у контексті досягнення ЦСР у країнах ЄС. Визначення ступеня інституціоналізації участі стейкхолдерів у досягненні ЦСР була здійснена на підставі даних з профілів країн [23]. Відповідно чим вищий ступінь залучення, тим вищий рейтинг, до якого віднесені країни.

Країни, що проводять лише публічні консультації, віднесені до базового рівня; країни, у яких регулярно проводяться публічні обговорення, наявний координаційний механізм діалогу стейкхолдерів у форматі форуму або в іншому форматі – віднесені до основного рівня; країни з інституціоналізованим механізмом для участі стейкхолдерів (створена установа або механізм за участі зацікавлених сторін, наприклад рада сталого розвитку) – віднесені до системного рівня; країни, які крім вище зазначених заходів, роблять ще додаткові кроки, такі як пряма участь організацій громадянського суспільства у Політичному форумі високого рівня зі сталого розвитку (High-level Political Forum on

Sustainable Development) – віднесені до додаткового рівня.

Розглянемо механізми участі зацікавлених сторін у досягненні ЦСР, які можна віднести до кращих практик.

Досвід Німеччини демонструє комплекс різних видів механізмів участі стейкхолдерів. Різні моделі консультацій щодо стратегій сталого розвитку за участі експертів, відкриті консультації та діалоги забезпечують участь широкої громадськості у вирішенні питань щодо ЦСР. Форум зі сталості існує з 2017 року, що є додатковим заходом у діяльності Німецької ради зі сталого розвитку, що залучає експертів до участі у врядуванні. Діалогова Група також була створена для взаємодії між недержавними суб'єктами з державними органами. Створено також платформу для залучення представників науки та досліджень. Після перегляду національної стратегії зі сталого розвитку у 2017 році запроваджені Регіональні хаби зі стратегій сталого розвитку [23; 24].

Характерною рисою врядування у Фінляндії є підхід «знизу-догори» та механізми незалежної участі. Фінська національна комісія зі сталого розвитку є органом, що існує більше 25 років, до складу якого входять різні зацікавлені сторони: представники громадянського суспільства, промисловості, бізнесу, ринку праці, освітніх інституцій, уряду, парламенту, міністерств та локальних і регіональних організацій. Отже, характерними рисами фінського



Рис. 1. Рівні залученості стейкхолдерів до досягнення ЦСР у країнах ЄС

Джерело: розроблено за даними [23; 24]

досвіду щодо залучення стейкхолдерів до ЦСР є різноманітність та довготривалість, фокус на участь молоді, розвиток співробітництва та наукові дослідження.

У Чехії Урядова рада сталого розвитку є координаційним механізмом участі стейкхолдерів у вирішенні питань щодо ЦСР. Рада має вісім тематичних комітетів, через які беруть участь зацікавлені сторони. Зі стратегічних питань у сфері сталого розвитку проводяться публічні консультації. Участь стейкхолдерів також здійснюється за підходом «знизу-догори» через онлайн-платформу.

На підставі досвіду країн ЄС визначимо рекомендації щодо імплементації Цілей сталого розвитку у державну політику України. Проте спершу треба визначити виклики та бар'єри, які заважають досягненню ЦСР через призму державного стратегічного планування.

Основними викликами у контексті державного управління, що обмежують досягнення ЦСР є:

1. Недостатній рівень механізмів аналізу, моніторингу та оцінки державної політики щодо її впливу на досягнення ЦСР.

2. Недостатнє залучення стейкхолдерів (громадськості, бізнесу, науковців та донорів) до процесів визначення пріоритетів та найбільш суттєвих питань, що потребують нагального вирішення.

3. Відсутність інституційного механізму інкорпорації ЦСР в державну політику.

Відтак, для успішної імплементації ЦСР в державну політику необхідно:

– Підвищення інституційної спроможності органів державної влади та органів місцевого самоврядування до імплементації ЦСР.

– Фінансове забезпечення процесу імплементації шляхом включення ЦСР у процес середньострокового бюджетного і фінансового планування.

– Підвищення рівня обізнаності та поінформованості суспільства відносно змісту ЦСР та завдань з їх виконання.

– Створення єдиного координаційного механізму грантової допомоги з визначення ЦСР як основи для планування напрямів реалізації проєктів та програм.

– Підвищення кваліфікації державних службовців і працівників органів місцевого самоврядування щодо впровадження сучасних управлінських практик по досягненню ЦСР на підставі досвіду країн ЄС.

Як до війни, так і в умовах війни, завданням для України є поєднання сталого економічного зростання та трансформації суспільства на засадах сталого розвитку як джерела фінансових ресурсів і розвитку людського капіталу для вирішення нагальних гуманітарних та соціальних викликів.

Погоджуємося із закордонними дослідниками, які вважають що в аспекті корпоративної

соціальної відповідальності державні органи мають взаємодіяти з бізнесом та відігравати роль моніторингу за стандартами нефінансової звітності, щоб гарантувати точність і достовірність інформації, яка передається бізнесом до громадськості [2].

Розвиток приватного сектору, інвестиції та інновації є ключовими факторами, що сприяють продуктивності, інклюзивному економічному зростанню та створенню робочих місць [20]. Бізнес генерує різноманітні нестандартні рішення для подолання складних проблем сталого розвитку через створення робочих місць, забезпечення доступу до якісних товарів та послуг, а також сприяння розвитку інновацій. Однак, важливою є збалансованість між зростанням приватного сектору та збереженням природних ресурсів та дотриманням принципів сталого розвитку.

Існують декілька способів, за якими бізнес може взаємодіяти з громадою. Ці способи включають благодійність, надання послуг «pro bono», корпоративну соціальну відповідальність, соціальне підприємництво та інвестиції впливу. Благодійність є одним з найпоширеніших способів, за яким приватний сектор в Україні бере участь у розвитку громад. Бізнес надає матеріальну та грошову допомогу, а також інші ресурси для громади, допомагаючи вирішувати місцеві проблеми. Послуги «pro bono» надаються добровільно та безоплатно для користі громади, зокрема для людей, які не можуть оплатити ці послуги. На засадах корпоративної соціальної відповідальності компанії включають соціальні та екологічні питання у свою комерційну діяльність та співпрацюють із зацікавленими сторонами.

Імпакт-інвестування – це інвестування коштів з метою створення конкретного соціального або екологічного впливу разом із отриманням фінансової віддачі. Основні відмінності імпакт-інвестування від інших видів інвестування полягають у тому, що імпакт-інвестори прагнуть не лише отримати фінансовий прибуток, але й докласти зусиль для позитивного впливу на суспільство та навколишнє середовище. Крім того, для вимірювання ефективності та звітування про соціальний чи екологічний вплив імпакт-інвестори використовують стандартизовані показники [25].

Соціальне підприємництво поєднує комерційні, соціальні та екологічні цілі. Соціальні підприємці працюють над розв'язанням соціальних та екологічних проблем у громадах, фокусуючись на досягненні соціального ефекту за рахунок прибутків від бізнес-діяльності [15].

Рішення, створені соціальними підприємцями для підтримки соціально вразливих груп, в довгостроковій перспективі перетворюються на користь для всього суспільства. Соціальне підприємництво ґрунтується на пріоритеті створення загального добра над комерційним

прибутком та активно використовує соціальні та економічні інновації у своїй діяльності, що сприяє задоволенню соціальних потреб [25].

Соціальні підприємства спрямовані на вирішення актуальних проблем у суспільстві, які можуть бути проігноровані звичайним бізнесом або не отримати достатнього фінансування від держави. Україна в умовах війни стикається з важливим завданням інтеграції ветеранів та внутрішньо переміщених осіб, і соціальні підприємства можуть відігравати важливу роль у цьому процесі [26].

Висновки. Досвід країн ЄС свідчить про наявність механізмів для участі стейкхолдерів в управлінні та реалізації політик щодо досягнення ЦСР. Визначено чотири типи механізмів участі зацікавлених сторін у прийнятті рішень у сфері сталого розвитку: через публічні

консультації; через розширений процес участі, такий як форум; через спеціалізований орган, створений як незалежна рада зі сталого розвитку; через додаткові механізми участі зацікавлених сторін такі як пряма участь у Політичному форумі високого рівня.

Дієвим способом взаємодії бізнесу з громадою задля досягнення сталого розвитку є соціальне підприємництво. Соціальне підприємництво розширює економічний обіг та сприяє зростанню загальної економічної ефективності. Шляхом вирішення соціальних проблем інноваційними способами за допомогою поєднання соціальних та економічних ресурсів, соціальне підприємництво сприяє задоволенню попиту на соціальні блага та виступає інструментом інтеграції вразливих груп населення у суспільство.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Mostepaniuk A., Nasr E., Awwad R.I., Hamdan S., Aljuhmani H.Y. Managing a Relationship between Corporate Social Responsibility and Sustainability: A Systematic Review. *Sustainability*. 2022. Vol. 14, DOI: <https://doi.org/10.3390/su141811203>.
2. Sheehy B., Farneti F. Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? *Sustainability*. 2021. Vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13115965>.
3. ElAlfy A., Palaschuk N., El-Bassiouny D., Wilson J., Weber, O. Scoping the Evolution of Corporate Social Responsibility (CSR). Research in the Sustainable Development Goals (SDGs) Era. *Sustainability*. 2020, Vol. 12. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12145544>.
4. Phillips R., Schrepf-Stirling J., Stutz C. The Past, History, and Corporate Social Responsibility. *J. Bus. Ethics*. 2020. Vol. 166. Pp. 203–213.
5. Herrera J., de las Heras-Rosas C. Corporate Social Responsibility and Human Resource Management: Towards Sustainable Business Organizations. *Sustainability*. 2020. Vol.12.
6. Diez-Cañamero B., Bishara T., Otegi-Olaso J. R., Minguez R., Fernández J. M. Measurement of Corporate Social Responsibility: A Review of Corporate Sustainability Indexes, Rankings and Ratings. *Sustainability*. 2020. Vol. 12.
7. Liakh O., Spigarelli F. Managing Corporate Sustainability and Responsibility Efficiently: A Review of Existing Literature on Business Groups and Networks. *Sustainability*. 2020. Vol. 12.
8. Das J. K., Taneja S., Arora H. Corporate Social Responsibility and Sustainable Development: Strategies, Practices and Business Models. Taylor & Francis Group: New York, NY, USA. 2021. SBN 978-0-367-27304-0.
9. Sánchez-Hernández M. I., Vázquez-Burquete J. L., García-Miguélez M. P., Lanero-Carrizo A. Internal Corporate Social Responsibility for Sustainability. *Sustainability*, 2021. Vol. 13.
10. Дерій Ж., Зосименко Т., Шадура-Никипорець Н. Імплементация сталого розвитку як ключовий принцип галузевого співробітництва Україна – ЄС. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4. С. 9–18.
11. Сила В. Г., Сила Т. І. Теорія і практика творення соціального капіталу громади в умовах суспільних трансформацій. *Проблеми соціальної роботи: філософія, психологія, соціологія*. 2016. № 1 (7). С. 98–106.
12. Пінчук А. О. Особливості державного регулювання сталого розвитку сільського господарства в Україні. *Науковий вісник Полісся*. 2019. № 2 (18). С. 210–216.
13. Мелеганіч Г. Освітні пріоритети в цілях сталого розвитку ООН до 2030 року: досвід України. *Міжнародний науковий вісник*. 2022. № 1–2 (25–26). С. 92–100.
14. Ревко А. М. Соціальний капітал як детермінанта розвитку громади та соціального підприємництва в умовах сучасних викликів. *Економіка та суспільство*. № 43/2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-61>.
15. Нагорна Н. С. Дослідження понятійного контуру соціального підприємництва у вітчизняній та зарубіжній літературі. *Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія: Психологія*. 2022. Т. 33 (72). № 2. С. 97–103.
16. Лункіна Т. І. Основна роль і необхідність розвитку соціальної відповідальності в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2017. № 2. С. 6–10.
17. Смачило В. В., Халіна В. Ю. Теоретичні аспекти сестейнового розвитку: екологічна та соціальна відповідальність бізнесу. *Економічний форум*. 2016. № 2. С. 77–81.

18. Біла І., Насікан Н. Корпоративна культура як складник соціальної відповідальності бізнесу. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. № 5 (16). 2018. С. 106–109.
19. Kytsyuk I., Pavlikha N. Społeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój gospodarki Ukrainy na tle doświadczeń międzynarodowych. *Przedsiębiorstwo, gospodarka i społeczeństwo w kręgu zainteresowania ekonomistów*. Poznań : Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Poznaniu. 2020. С. 157–173.
20. Перетворення нашого світу: Порядок денний у сфері сталого розвитку до 2030 року. 2015. URL: <https://www.undp.org>.
21. European Recovery and Resilience Mechanisms – Challenges in Systemic Approaches in Sustainable Development. ESDN. 2021. URL: <https://www.esdn.eu/publications/esdn-reports>.
22. Due Diligence Guidance for Meaningful Stakeholder Engagement in the Extractive Sector. OECD Publishing, Paris. 2017. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264252462-en>.
23. The Sustainable Development Goals Report 2022. New York, USA: UN DESA. 2022. URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022>.
24. Niestroy I., Hege E., Dirth E. Europe's approach to implementing the Sustainable Development Goals: good practices and the way forward. Policy Department, Directorate-General for External Policies This. European Parliament. European Union. 2019. DOI: <https://doi.org/10.2861/28364>.
25. Вербицька А. Economic foundations of social entrepreneurship development: national context and foreign experience. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. № 2 (02). С. 33–38.
26. Нагорна Н.С., Максьюм К.В. Соціальне підприємництво як детермінанта реінтеграції військовослужбовців, ветеранів АТО/ООС та членів їх сімей. *Габітус. Науковий журнал з соціології та психології*. 2022. № 36. С. 272–276.

REFERENCES:

1. Mostepaniuk A., Nasr E., Awwad R.I., Hamdan S., Aljuhmani H.Y (2022) Managing a Relationship between Corporate Social Responsibility and Sustainability: A Systematic Review. *Sustainability*. Vol. 14. DOI: <https://doi.org/10.3390/su141811203>.
2. Sheehy B., Farneti F. Corporate Social Responsibility, Sustainability, Sustainable Development and Corporate Sustainability: What Is the Difference, and Does It Matter? *Sustainability*. 2021. Vol. 13. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13115965>.
3. ElAlfy A., Palaschuk N., El-Bassiouny D., Wilson J., Weber, O (2020). Scoping the Evolution of Corporate Social Responsibility (CSR). Research in the Sustainable Development Goals (SDGs) Era. *Sustainability*. Vol. 12. DOI: <https://doi.org/10.3390/su12145544>.
4. Phillips R., Schrempf-Stirling J., Stutz C. (2020) The Past, History, and Corporate Social Responsibility. *J. Bus. Ethics*. Vol. 166. P. 203–213.
5. Herrera J., de las Heras-Rosas C. (2020) Corporate Social Responsibility and Human Resource Management: Towards Sustainable Business Organizations. *Sustainability*. Vol. 12.
6. Diez-Cañamero B., Bishara T., Otegi-Olaso J.R., Minguez R., Fernández J.M. (2020) Measurement of Corporate Social Responsibility: A Review of Corporate Sustainability Indexes, Rankings and Ratings. *Sustainability*. Vol. 12.
7. Liakh O., Spigarelli F. (2020) Managing Corporate Sustainability and Responsibility Efficiently: A Review of Existing Literature on Business Groups and Networks. *Sustainability*. Vol. 12.
8. Das J.K., Taneja S., Arora H. Corporate Social Responsibility and Sustainable Development: Strategies, Practices and Business Models. Taylor & Francis Group: New York, NY, USA. 2021. SBN 978-0-367-27304-0.
9. Sánchez-Hernández M. I., Vázquez-Burquete J. L., García-Miguélez M. P., Lanero-Carrizo A. (2021) Internal Corporate Social Responsibility for Sustainability. *Sustainability*. Vol. 13.
10. Derii Zh., Zosymenko T., Shadura-Nykyropets N. (2019) Implementation of sustainable development as a key principle of sectoral cooperation between Ukraine and the EU. *Problems and prospects of economics and management*. № 4. P. 9–18.
11. Sylva V. H., Sylva T. I. (2016) Theory and practice of creating social capital of the community in the conditions of social transformations. *Problems of social work: philosophy, psychology, sociology*. № 1 (7). P. 98–106.
12. Pinchuk A. O. (2019) Peculiarities of state regulation of sustainable development of agriculture in Ukraine. *Polissya scientific bulletin*. № 2 (18). P. 210–216.
13. Malehanych H. (2022) Educational priorities for the sustainable development goals of the United Nations until 2030: the experience of Ukraine. *International Scientific Bulletin*. № 1–2 (25–26). P. 92–100.
14. Revko A. M. Social capital as a determinant of community development and social entrepreneurship in the conditions of modern challenges. *Economy and society*. № 43/2022. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-43-61>.
15. Nahorna N. S. (2022) Study of the conceptual outline of social entrepreneurship in domestic and foreign literature. *Scientific notes of the Tavriyskyi National University named after V.I. Vernadskyi. Series: Psychology*. T. 33 (72). № 2. P. 97–103.

16. Lunkina T. I. (2017) The main role and necessity of the development of social responsibility in Ukraine. *Scientific Bulletin of the Uzhhorod National University*. № 2. P. 6–10.
17. Smachylo B. B., Khalina V. Yu. (2016) Theoretical aspects of sustainable development: environmental and social responsibility of business. *Economic Forum*. № 2. P. 77–81.
18. Bila I., Nasikan H. (2018) Corporate culture as a component of social responsibility of business. *Eastern Europe: Economy, Business and Management*. № 5 (16). P. 106–109.
19. Kytsyuk I., Pavlikha N. (2020) Społeczna odpowiedzialność biznesu a zrównoważony rozwój gospodarki Ukrainy na tle doświadczeń międzynarodowych. *Przedsiębiorstwo, gospodarka i społeczeństwo w kręgu zainteresowania ekonomistów*. Poznań: Polskie Towarzystwo Ekonomiczne Oddział w Poznaniu, pp. 157–173.
20. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development. (2015) URL: <https://www.undp.org>.
21. (2021) European Recovery and Resilience Mechanisms - Challenges in Systemic Approaches in Sustainable Development. ESDN. URL: <https://www.esdn.eu/publications/esdn-reports>.
22. (2017) Due Diligence Guidance for Meaningful Stakeholder Engagement in the Extractive Sector. OECD Publishing, Paris. URL: <https://doi.org/10.1787/9789264252462-en>.
23. The Sustainable Development Goals Report 2022. New York, USA: UN DESA. 2022. URL: <https://unstats.un.org/sdgs/report/2022>.
24. Niestroy I., Hege E., Dirth E. (2019) Europe's approach to implementing the Sustainable Development Goals: good practices and the way forward. Policy Department, Directorate-General for External Policies This. European Parliament. European Union. DOI: <https://doi.org/10.2861/28364>.
25. Verbytska A. (2022) Economic foundations of social entrepreneurship development: national context and foreign experience. *Digital economy and economic security*. № 2 (02). P. 33–38.
26. Nahorna N. S., Maksom K. V. (2022) Social entrepreneurship as a determinant of reintegration of military personnel, veterans of the ATO/OOS and their family members. *Habitus Scientific journal of sociology and psychology*. № 36. p. 272–276.

ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ

RESEARCH AND FORECASTING OF THE POSITIONING OF ENTERPRISES ON THE BEER MARKET IN UKRAINE

Закревська Л.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри маркетингу,
Національний університет харчових технологій

Zakrevska Lyudmila

National University of Food Technologies

Стаття присвячена дослідженню та прогнозуванню позиціонування підприємств на ринку пива в Україні. Визначено сутність конкурентної позиції підприємства як його положення у ринковому сегменті завдяки більш ефективній реалізації обраної ним конкурентної стратегії стосовно аналогів. Досліджено тенденції розвитку внутрішнього ринку пива України. Проаналізовано динаміку експорту та імпорту пива за 2011–2021 рр. та визначено тенденції щодо зміни торговельного сальдо. Проаналізовано структуру ринку пива за основним виробниками. Побудовано матрицю БКГ виробників ринку пива в 2021 році та визначено особливості їх стратегічного розвитку. Визначено сутність та значення прогнозування позиціонування підприємств на вітчизняних споживчих ринках. Визначено особливості прогнозування обсягів реалізації продукції. Сформовано прогноз позиціонування підприємств на ринку пива в Україні.

Ключові слова: ринкове позиціонування підприємств, конкурентне позиціонування підприємств, ринкова позиція підприємства, конкурентна позиція підприємства, прогнозування позиціонування підприємства.

The article is devoted to the research and forecasting of the positioning of enterprises on the beer market in Ukraine. The essence of the competitive position of the enterprise as its position in the market segment due to the more effective implementation of the competitive strategy chosen by it in relation to analogues is determined. The role of the domestic beer market for creating additional jobs in the field of retail trade, restaurant and hotel businesses has been determined. Trends in the development of the domestic beer market of Ukraine were studied. The dynamics of export and import of beer for 2011–2021 were analyzed, and trends in trade balance changes were determined. The impact of the prolongation of the drought in Europe on the change in the situation on the domestic beer market in Ukraine has been determined. The structure of the beer market by main producers is analyzed. A BKG matrix of beer market producers in 2021 was built and the features of their strategic development were determined. The essence and significance of forecasting the positioning of enterprises on domestic consumer markets is determined. The essence and features of forecasting the volume of product sales have been determined. These include the scientific justification of the forecasting process, the probabilistic nature of the research, and the need to use data from past years. The toolkit of trend analysis and data from the financial reports of independent auditors AblnBev Ephesus Ukraine PJSC, Carlsberg Ukraine PJSC, Obolon PJSC and Oasis CIS for 2015–2021 were used to forecast the volumes of their implementation in the near future. Based on the use of linear trend equations, forecasts of sales volumes of the main beer producers in Ukraine were formed. The structure of sales volumes of beer producers in Ukraine is predicted. The probability of the influence of some external factors on this trend is determined. They will be the result of changes in the global world. Significant changes in the market positions of the main beer producers are predicted thanks to the construction of the BKG matrix of the beer market producers in 2024. Measures are proposed to strengthen the market positions of enterprises in the brewing industry.

Keywords: market positioning of enterprises, competitive positioning of enterprises, market position of the enterprise, competitive position of the enterprise, forecasting of the positioning of the enterprise.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання конкурентне позиціонування є одним з найефективніших методів конкурентної боротьби на споживчих ринках. Вступаючи

в конкурентну боротьбу підприємці скеровують свої зусилля на диференціацію ринкових пропозицій, що реалізується через їх позиціонування на ринку. Це дасть можливість виділитися серед

конкурентів та посісти бажане місце у свідомості як цільових споживачів, так й інших учасників ринку.

Ефективна діяльність підприємств в значній мірі визначається плануванням і прогнозуванням, тобто можливістю достовірно передбачати далеку і ближню перспективу свого розвитку. Насьогодні завдання прогнозування стає все більш складним і суперечливим, а прийняття управлінських рішень і розробка управлінських впливів вимагає аналізу конкретних ситуацій. Особливо це стосується прогнозування позиціонування підприємств на товарних ринках.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання ринкового позиціонування товарів ґрунтовно досліджувались іноземними науковцями, зокрема Дж. Траутом, Ф. Котлером, Е. Райсом тощо. У вітчизняній науковій літературі цим питанням активно займалися такі науковці, як О. Зозульов, С. Ковальчук, О. Лопатовська, Т. Примак, С. Солнцев, О. Тарасенко та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на значний науковий доробок у сфері ринкового позиціонування, питання формування прогнозу позиціонування підприємств на окремих товарних ринках вимагають подальших досліджень.

Метою статті є дослідження конкурентних позицій та формування прогнозу позиціонування підприємств на вітчизняному ринку пива на основі аналізу тенденцій і закономірностей його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. В даний час збільшення інтересу до проблеми аналізу та оцінки конкурентних позицій підприємства пов'язане з посиленням інтеграційних процесів, глобалізацією бізнесу, зростанням нестабільності зовнішнього і внутрішнього середовища, появою нових сегментів споживачів, зміною сили конкурентних переваг конкурентів.

Згідно досліджень, які було проведено Ф. Котлером, позиціонування товару разом із сегментуванням ринку та вибором цільових сегментів належить до трьох «китів маркетингу» [1, с. 288]. Якщо підприємство невдало здійснює позиціонування товару, то споживачі не зможуть зрозуміти, чого вони можуть чекати від його товарної пропозиції.

На думку М. Портера, вдала конкурентна стратегія означає «бути несхожим», а сутність стратегічного позиціонування підприємства полягає «у виборі інших способів ведення діяльності або у впровадженні інших видів діяльності порівняно із конкурентами» [2, с. 72].

Запорука успішного позиціонування – розуміння факторів привабливості бренду, тобто тих чинників, які більше впливають на поведінку споживачів в процесі прийняття рішення про покупку. Першочерговим завданням компанії є визначити відповідний для неї сегмент ринку.

Після дослідження потрібно проаналізувати, як імідж бренду сприймається на різних цільових ринках.

Незважаючи на поширення використання терміну «позиціонування» в науковій літературі, відсутнє його однозначне тлумачення. У більшості визначень наголос робиться на позиціонуванні власне товарів, а не підприємства загалом.

Конкурентна позиція підприємства – це його становище відносно суб'єктів конкурентного оточення, яке формується в процесі здійснення підприємницької діяльності. Стійка конкурентна позиція забезпечує можливість реалізації підприємству визначених стратегічних дій.

М. Сасенко зазначає, що шляхом порівняння конкурентних позицій кількох підприємств на певному ринку можна оцінювати конкурентоспроможність конкретного підприємства [3, с. 117].

Згідно з моделлю п'яти сил конкуренції М. Портера, конкурентна позиція підприємства визначається тим, наскільки ефективно організація протидіє таким конкурентним силам: новим конкурентам, які, випускаючи подібні товари, проникають у галузь; загрози напливу товарів-замінників (субститутів); компаніям-конкурентам, що вже закріпилися на галузевому ринку; впливу продавців (постачальників); впливу покупців (клієнтів) [2, с. 38].

Слід звернути увагу на те, що в багатьох літературних джерелах використовують різний понятійний апарат – «ринкове позиціонування», «конкурентне позиціонування», «маркетингове позиціонування», «стратегічне позиціонування». На наш погляд, мова йде про одне й те ж саме – положення підприємства на певному ринку відносно суб'єктів конкурентного оточення.

Отже, конкурентна позиція підприємства – це певне його положення у ринковому сегменті завдяки більш ефективній реалізації обраної ним конкурентної стратегії стосовно аналогів. Бажанням кожного підприємства в сучасних умовах є забезпечення сталої конкурентної позиції, яка являє собою можливість підтримувати досягнуту конкурентну позицію у конкурентному полі, забезпечувати стабільний рівень розвитку та ефективно адаптуватися до змін факторів зовнішнього середовища.

Проаналізуємо конкурентне позиціонування підприємств на ринку пива в Україні.

Вітчизняний ринок пива – важливий сектор економіки України, ефективно функціонування якого забезпечує як суттєве наповнення державного бюджету, так і створення додаткових робочих місць у сфері роздрібної торгівлі, ресторанного та готельного бізнесів. Згідно досліджень незалежного експертно-аналітичного центру *BRDO*, одне робоче місце в індустрії пивоварної галузі створює до 5–7 робочих місць у суміжних галузях [4].

Внутрішній ринок пива України в основному представлений продукцією вітчизняного

виробництва. Це пов'язано, передусім, з ускладненою логістикою і ціновою конкуренцією, яку українські товаровиробники виграють. Незважаючи на це, на полицях магазинів можна зустріти велику кількість різноманітних імпортерських позицій.

Як свідчать офіційні дані Державної служби статистики України, обсяг імпорту пивної продукції, починаючи з 2016 року має тенденцію до зростання (рис. 1).

Як свідчать дані рис. 1, в 2021 році у порівнянні з 2020 роком експорт пива зменшився на 2,5 млн доларів до 42,4 млн доларів, а імпорт пива, навпаки, збільшився на 4,6 млн доларів до 71,7 млн доларів.

Таким чином, якщо протягом 2011–2015 рр. спостерігалось позитивне сальдо торговельного балансу (Україна більше продавала, ніж купувала), то в 2015–2021 рр. ситуація змінилась і можна констатувати наявність негативного торговельного сальдо.

Ця ситуація може змінитись, оскільки посівні площі хмелю у всьому світі останнім часом скорочуються, а нинішній урожай у Європі може бути слабшим через подовження посухи.

Більшість продукції на українському ринку пива представлена іноземними компаніями, виробництво яких знаходиться в Україні [6]:

– ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС Україна» (ТМ «Чернігівське», «Bud», «Янтар», «Рогань», «StellaArtois», «Staropramen», «Beck's» та ін.);

– ПАТ «Карлсберг Україна» (ТМ «Львівське», «Славутич», «Арсенал», «Tuborg», «Holsten», «Carlsberg» та ін.);

– ПрАТ «Оболонь» (ТМ «Оболонь», «Zibert», «Nike», «Zlata Praha», «Carling», «Десант», «Охтирське», «Жигулівське»);

– Oasis CIS, до якого входить ТЗОВ «Перша приватна броварня» (ТМ «Перша приватна броварня», «Галицька корона», «Жигулі Барне», «Stare Misto»).

Структуру ринку пива за виробниками зображено на рис. 2.

За даними досліджень Pro-consulting частка ринку ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС» у 2021 році склала 36,1%, ПАТ «Карлсберг Україна» – 25,3%, а ПрАТ «Оболонь» – 18,7%. Найменша частка належала Oasis CIS.

Для оцінки конкурентних позицій основних представників на ринку пива нами було побудовано класичну матрицю БКГ (рис. 3). Відносну ринкову частку, наприклад, ПрАТ «Оболонь» було розраховано відношенням його ринкової частки ПрАТ «Оболонь» до частки ринку, контрольованої його основними конкурентами – ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС Україна», ПАТ «Карлсберг Україна», Oasis CIS.

Проаналізувавши дані рис. 3 можна зробити висновок, що найбільші виробники пива України – ПрАТ «АБІНБЕВ ЕФЕС Україна» і ПАТ «Карлсберг Україна» – в 2021 році через низькі темпи росту ринку знаходяться в квадранті «дійна корова». Ця ситуація, на наш погляд, тимчасова і викликана складною демографічною ситуацією в країні. Проте цим підприємствам потрібно більшу увагу приділяти пошуку нових каналів просування і збуту продукції.

Oasis CIS, до складу якого входять Львівський пивзавод і пиво-безалкогольний комбінат «Радомишль», знаходиться в квадранті «важкі діти». Це означає, що незважаючи на хороший темп росту ринку, вони мають невелику відносну ринкову частку.

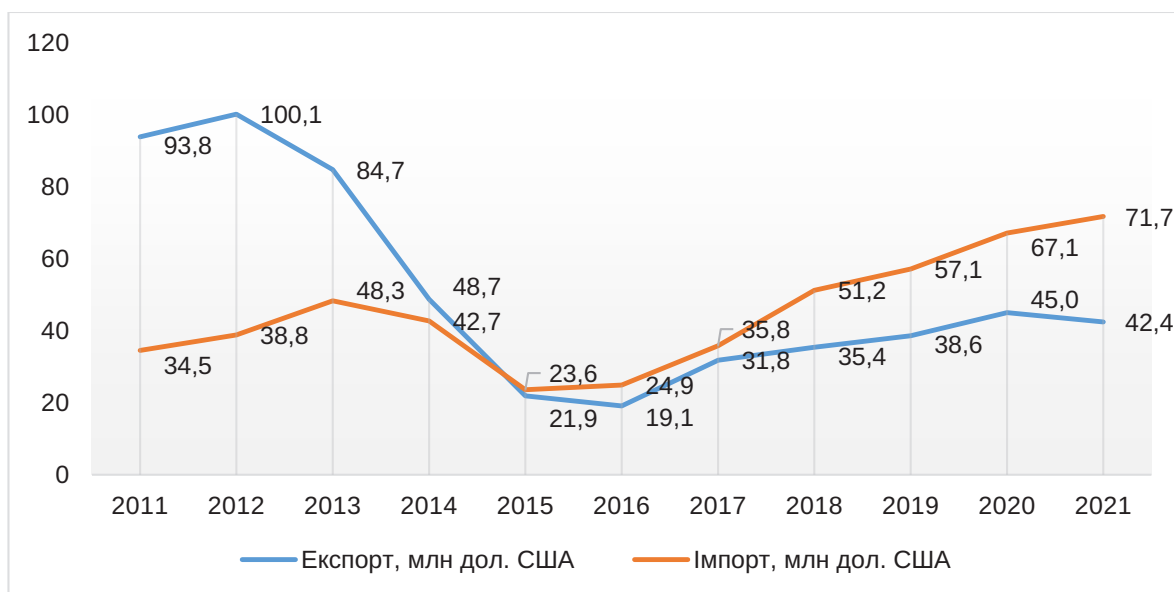


Рис. 1. Динаміка експорту та імпорту пива за 2011–2021 рр., млн дол. США

Джерело: сформовано автором на основі [5]

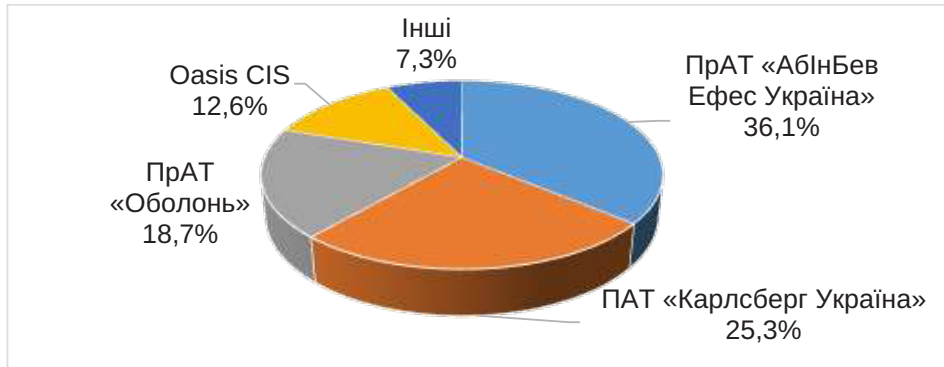


Рис. 2. Структура ринку пива за виробниками в 2021 році, %

Джерело: побудовано автором на основі [7]



Рис. 3. Матриця БКГ виробників ринку пива в 2021 році

Джерело: побудовано автором на основі [7]

До зони «зірка» в 2021 році потрапило ПрАТ «Оболонь», але його відносна ринкова частка знаходиться на межі, тож підприємству потрібно нарощувати частку ринку для зміцнення своїх конкурентних ринкових позицій.

Для зміцнення конкурентних переваг суб'єктам господарювання потрібно не лише оцінювати конкурентну позицію на певному ринковому сегменті, але й здійснювати прогнозування можливого конкурентного становища на перспективу. Тому формування прогнозу є дуже важливим стратегічним аспектом при формуванні сталих конкурентних переваг.

У Вікіпедії зазначається, що прогнозування – процес передбачення майбутнього стану предмета чи явища на основі аналізу його минулого і сучасного, систематично оцінювана інформація про якісні й кількісні характеристики розвитку обраного предмета чи явища в перспективі [8].

Для прогнозування позиціонування підприємств на вітчизняних товарних ринках

необхідно сформувавши прогноз обсягів реалізації їх продукції. При цьому потрібно врахувати, що: процес прогнозування має бути науково-обґрунтованим; результати прогнозування носять ймовірнісний характер; прогнозування базується на використанні даних за минулий період та не враховує зміну факторів, що впливатимуть на його результати в майбутньому.

Таким чином, під прогнозуванням продажу ми розуміти науково-обґрунтований процес передбачення на майбутній період обсягів продажу товарів, який носить ймовірнісний характер.

Використовуючи інструментарій трендового аналізу і дані фінансових звітів незалежних аудиторів ПрАТ «АбінБев Ефес Україна», ПАТ «Карлсберг Україна», ПрАТ «Оболонь», Oasis CIS за 2015–2021 рр. нами було спрогнозовано обсяги реалізації пива представниками внутрішнього ринку (рис. 4).

Підставивши в рівняння лінійного тренду відповідні значення, визначимо прогнозовані

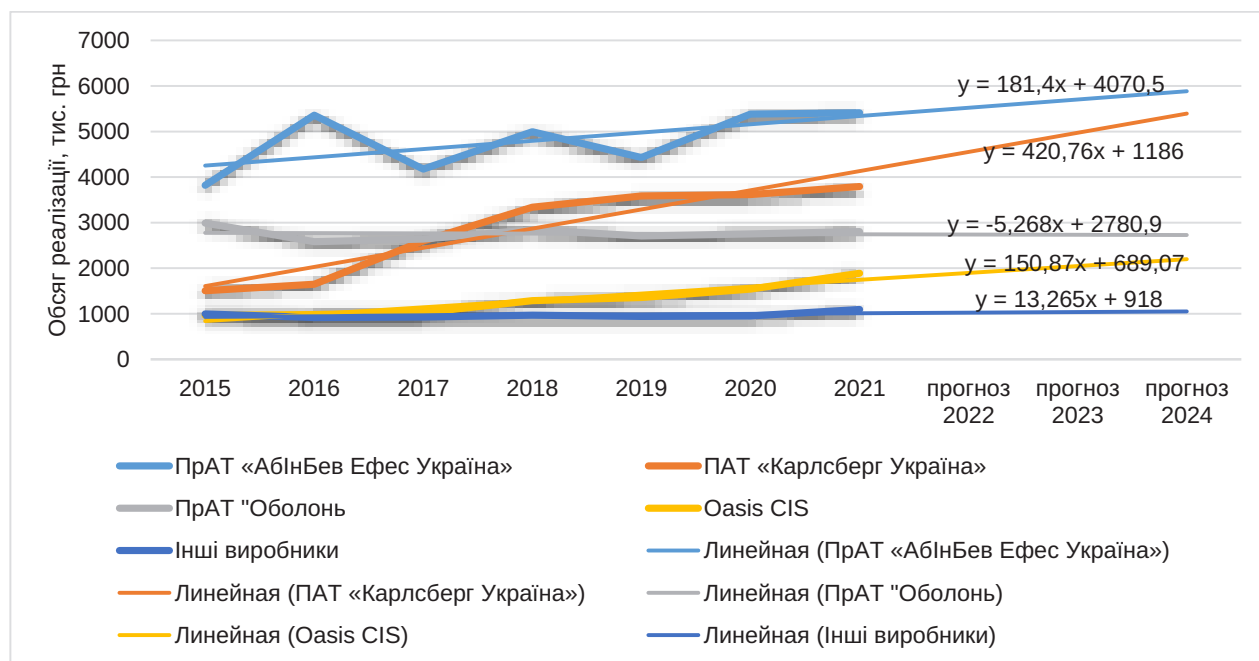


Рис. 4. Прогнозні обсяги реалізації продукції основними виробниками пива на внутрішньому ринку, тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі офіційних даних підприємств

обсяги реалізації продукції основних виробників пива на внутрішньому ринку у вартісному вимірі (табл. 1).

Як свідчать дані табл. 1, структура обсягів реалізації продукції виробників пива в 2023–2024 рр. зазнає деяких змін.

Зокрема, частка ПАТ «Карлсберг Україна» та Oasis CIS поступово збільшуватиметься, натомість частка ПрАТ «АбінБев Ефес Україна», ПрАТ «Оболонь» та інших виробників скорочуватиметься. Ця тенденція є очікуваною, проте є ймовірність впливу на дану тенденцію деяких зовнішніх чинників, які стануть наслідком змін в глобальному світі.

Враховуючи очікувані обсяги реалізації продукції, побудуємо прогнозовану матрицю БКГ виробників ринку пива в 2024 році (рис. 5).

Аналізуючи дані рис. 5 можна зробити висновок, що 2024 році відбудуться суттєві зміни в ринкових позиціях основних виробників продукції на ринку пива. ПАТ «Карлсберг Україна» зміцнить свої конкурентні позиції і перейде з квадрату «дійні корови» в квадрант «зірки». ПАТ «Карлсберг Україна», незважаючи на збільшення відносної ринкової частки, залишатиметься в квадранті «дійні корови».

А ПрАТ «Оболонь» не зможе втримати свої конкурентні позиції і з квадратна «зірка» перейде до квадратна «собака».

Таким чином, кожному з досліджуваних представників ринку пива потрібно здійснювати прогнозування обсягів реалізації, визначати майбутні конкурентні позиції та генерувати відповідні стратегічні напрями для їх зміцнення.

Таблиця 1

Прогноз та структура обсягів реалізації продукції на 2023–2024 рр.

Підприємство	Прогноз 2023 рік		Прогноз 2024 рік	
	Обсяг продажу, тис. грн	Частка, %	Обсяг продажу, тис. грн	Частка, %
ПрАТ «АбінБев Ефес Україна»	5703	34,6	5885	34,1
ПАТ «Карлсберг Україна»	4973	30,1	5394	31,3
ПрАТ "Оболонь"	2733	16,6	2728	15,8
Oasis CIS	2047	12,4	2198	12,7
Інші виробники	1037	6,3	1051	6,1
Всього	16494	100,0	17255	100,0

Джерело: побудовано автором

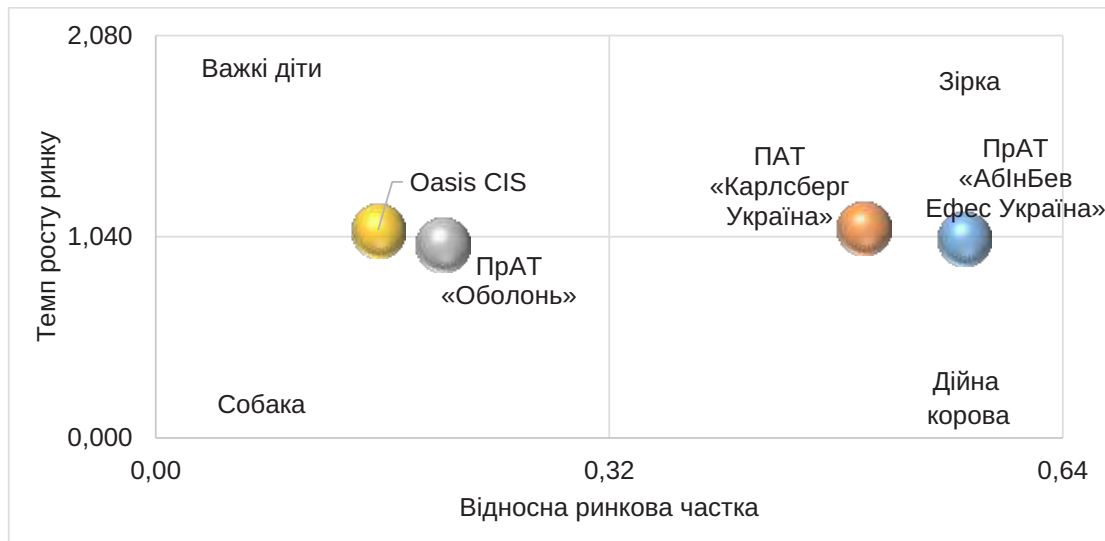


Рис. 5. Прогнозована матриця БКГ виробників ринку пива в 2024 році

Джерело: побудовано автором

Висновки. Вступаючи в конкурентну боротьбу підприємці скеровують свої зусилля на диференціацію ринкових пропозицій, що реалізується через їх позиціонування на ринку. Для зміцнення конкурентних переваг суб'єктам господарювання потрібно не лише оцінювати конкурентну позицію на певному ринковому сегменті, але й здійснювати

прогнозування можливого конкурентного становища на перспективу. Формування прогнозу є дуже важливим стратегічним аспектом при формуванні сталих конкурентних переваг. Побудувавши матрицю БКГ виробників ринку пива в 2024 році нами було спрогнозовано суттєві зміни в ринкових позиціях основних виробників пива.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент : підручник. Київ : Хімджест, 2008. 720 с.
2. Портер М. Е. Стратегія конкуренції / пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. Київ : Основи, 1998. 390 с.
3. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства : підручник. Тернопіль : Економічна думка. 2006. 390 с.
4. BRDO провела анализ украинской пивоваренной отрасли и подготовил программный документ. URL: <http://surl.li/cdwha>.
5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
6. Дунда С. П., Рибачук-Ярова Т. В., Болотіна І. М. Тенденції розвитку підприємств пивоварної галузі. URL: <http://surl.li/faoxq>.
7. Дослідження ринку пива в Україні. *Pro-consulting*. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-piva-v-ukraine-2022-god>.
8. Вікіпедія. Вільна енциклопедія. URL: <http://surl.li/fivc>.

REFERENCES:

1. Kotler F. (2008) *Marketing management* [Marketing management]. Kyiv: Chemgest.
2. Porter M. (1998) *Strateghija konkurenciji* [Competition strategy]. Kyiv: Foundations.
3. Sayenko M. (2006) *Strateghija pidpryemstva* [Enterprise strategy]. Ternopil: Economic thought.
4. BRDO provel analiz ukrajnskoj pyvovarennoj otrasly y podghotovyl proghrammnyj dokument [BRDO provel analiz ukrajnskoj pyvovarennoj otrasly y podghotovyl programmnyj dokument]. *Beer business (electronic journal)*. Available at: <http://surl.li/cdwha> (accessed 10 January 2023).
5. Ofitsynyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrayiny [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 12 February 2023)
6. Dunda S. P., Rybachuk-Yarova T.V., Bolotina I.M. (2022) *Tendentsiyi rozvytku pidpryemstv pyvovarnoyi haluzi* [Trends in the development of enterprises in the brewing industry]. Available at: <http://surl.li/faoxq> (accessed 10 February 2023)
7. Doslidzhennya rynku pyva v Ukrayini [Research of the beer market in Ukraine]. *Pro-consulting*. Available at: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-piva-v-ukraine-2022-god> (accessed 9 January 2023).
8. Vikipediya [Wikipedia]. Free encyclopedia. Available at: <http://surl.li/fivc> (accessed 15 December 2022).

РЕГУЛЮВАННЯ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

REGULATION AND ACTIVITIES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP UNDER THE CONDITIONS OF THE MILITARY STATE

Ільченко В.М.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри підприємництва та економіки підприємств,
Університет митної справи та фінансів

Кисельов В.Р.

аспірант кафедри підприємництва та економіки підприємств,
Університет митної справи та фінансів

Ilichenko Victoria, Kiselev Vladyslav
University of Customs and Finance

Статтю присвячено дослідженню діяльності соціального підприємництва у воєнний час та напрямам його державного регулювання. Говориться, що питання регулювання та діяльності соціального підприємництва стає одним із дієвих інструментів зняття (пом'якшення) соціальної напруги. Приведено сучасні форми соціального підприємництва та виокремлено поняття «соціально відповідального бізнесу» та «соціального підприємництва». Доведено, що важливість регулювання соціального підприємництва пов'язана зі спроможністю держави формувати та накопичувати соціальний капітал, використання якого сприятиме забезпеченню ефективного використання наявних в країні ресурсів та спрямовувати їх на розвиток. В статті наведено методи регулювання соціального підприємництва та проаналізовано аспект їх застосування у воєнний та післявоєнний час. Виокремлено стратегічні напрями розвитку соціального підприємництва, що потребують дієвого механізму державного регулювання.

Ключові слова: соціальне підприємництво, традиційний бізнес, державне регулювання, фінансові ресурси, господарська діяльність.

The article is devoted to the study of the activity of social entrepreneurship in wartime and directions of its state regulation. It is said that the issue of regulation and activity of social entrepreneurship is becoming one of the effective tools for removing (alleviating) social tension. Modern forms of social entrepreneurship are presented and the concepts of "socially responsible business" and "social entrepreneurship" are distinguished. "Charity" and "volunteering" as forms of social entrepreneurship are considered. It is about the fact that the state regulation of the social entrepreneurship sector should achieve its effectiveness only under the condition of its balance, which would combine the regulation of normative legal acts and the distribution of activity functions between market mechanisms. It has been proven that the importance of regulating social entrepreneurship is related to the state's ability to form and accumulate social capital, the use of which will contribute to ensuring the effective use of available resources in the country and directing them to development. The article describes methods of regulating social entrepreneurship and analyzes the aspect of their application in war and post-war times. The problematic points of the draft law "On social entrepreneurship" are given. Strategic areas of social entrepreneurship development that require an effective mechanism of state regulation are highlighted. It is noted that the specificity of the regulation of social entrepreneurship due to the sufficient "youth" of this scientific direction is partially contained in works on the generalization of world experience or within the scope of highlighting the general features of this phenomenon. The authors emphasized that the basic principles of social partnership in Ukraine are defined by the Law of Ukraine "On Public-Private Partnership", which regulates the legal, economic, and organizational principles of interaction between state institutions and business structures, establishing guarantees of mutual respect for their rights and interests, but it is stated that currently there is actually no such partnership in the country. It is noted that state regulation of social entrepreneurship should become a source for the existence of some population groups and a tool for social adaptation of the population.

Keywords: social entrepreneurship, traditional business, state regulation, financial resources, economic activity.

Постановка проблеми. Військові дії на теренах України, що тривають з 2014 року, а з 2022 року переросли в повномасштабну війну, загострюють соціальні проблеми. Саме тому останніми роками тема соціального підприємництва стає дедалі поширенішою – проблем стає більше, кількість вразливих груп населення зростає, фінансова підтримка держави скорочується. В такий важкий для держави час, питання регулювання та діяльності соціального підприємництва стає одним із дієвих інструментів зняття (пом'якшення) соціальної напруги. Поруч з цим, виникає проблема з боку самих соціальних підприємців, що криється у здійсненні такої діяльності внаслідок відсутності об'єктивних та прозорих інструментів її регулювання.

Мета соціального підприємництва – вирішення соціально важливих проблем, сприяння працевлаштуванню та добробуту громадян [1, с. 46–50]. Тобто це є своєрідний вид бізнесу, але з соціальними цілями. Успіх соціального підприємництва залежить від його обсягів та кількості вдоволених внаслідок його діяльності осіб. А в умовах війни та післявоєнного періоду пошук механізмів щодо вирішення соціальних проблем та задоволення елементарних базових потреб громадян набуває неабиякої актуальності, особливо в контексті виокремлення перспективних напрямів підтримки державою для вирішення назрілих соціальних проблем наявних вразливих груп населення, до яких внаслідок військових дій доєдналися внутрішньо-переміщені особи (ВПО).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Наукові роботи, що присвячені регулюванню соціального підприємництва та його діяльності в цілому, слід розмежувати на три умовні напрями. Відтак, вчені Чорнодід І. С. та Голубєв О. В. досліджували основу соціального капіталу, розглядали моделі принципів розподілу фінансових ресурсів у соціальному підприємстві. Тобто це є з'ясуванням суті та базових ознак соціального підприємництва. Другий напрям, переважною більшістю поглиблює дослідження причинно-наслідкових зв'язків між соціальними проблемами та формою їх вирішення, що призвело до появи державного регулювання соціального підприємництва (Осипова С. К., Біланич Л. В., Голубка О. Я. та ін.). Третій напрям, окреслює вагомий прошарок проблем державного регулювання соціального підприємництва як специфічного виду господарської діяльності, виокремлення та застосування до нього відомих інструментів, методів та важелів (Гончаренко О., Колупаєва І. та ін.).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. З часом розуміння сутності «соціального підприємництва» трансформується під впливом різних зовнішніх чинників, серед яких є економічні кризи, епідемія,

а зараз ще й війна. Але ж попри це виникають нові погляди, що змінюють систему функціонування соціального підприємництва, форму реалізації та особливості регулювання. Перед нами постають нові виклики, що в своїй сукупності призводять до розвитку такої необхідної ланки в господарстві, як соціальне підприємство, а питання його регулювання та діяльності у воєнний час потребує подальших досліджень.

Мета статті. Перед нами стоїть завдання дослідити діяльність соціального підприємництва у воєнний час та окреслити основні аспекти регулювання такої діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині досить часто можна побачити такі форми соціального підприємництва, як волонтерство, благодійність. Всі мають обмежені ресурси та створюються за традиційними бізнесовими підходами. Але ж не завжди соціальне підприємство можна ототожнити з благодійністю. Варто розуміти, що в будь-якого благодійника можуть закінчити ресурси, вичерпатися енергія, а контекст соціального підприємництва має на меті необмежену можливість зусиль через призму само генерування нових та нових ресурсів. Цей ресурс може бути спрямований на розширення діяльності та виплату винагороди залученим до процесів, що, в свою чергу, дозволить ініціативі існувати довго [2, с. 172].

Також, коли говоримо за діяльність соціального підприємництва у воєнний час, то варто говорити, що не завжди соціальне підприємство існує як неприбуткова організація. Так, дійсно, це один з її можливих, але не обов'язкових видів. Цей вид діяльності супроводжується певними бонусами з боку державного регулювання, наприклад, відсутність податкового навантаження (податок на прибуток) та більш диверсифікованої системи залучення безповоротних інвестицій від різних фондів та організацій. Проте ж існує й певний недолік – це відсутність само мотивації за власну працю. Якщо ж все ж таки, організація є прибутковою, то регулювання зводиться не лише до організаційних основ діяльності, а й до економічних, продовольчих, екологічних та інших складових.

Також звертаємо увагу, що не варто сплутувати поняття соціального підприємництва та соціальної відповідальності, коли говоримо про методи регулювання діяльності. Наразі, питання соціальної відповідальності бізнесу є поширеним явищем (навіть, для звичайного споживача) та криється у відповідальності виробника певних послуг чи ТМЦ перед суспільством, це певна гарантія сервісу та якості. А от бізнес, який існує з соціально метою – це є соціальне підприємство.

Важливість регулювання соціального підприємства пов'язана з спроможністю держави формувати та накопичувати соціальний капітал, використання якого сприятиме забезпеченню

ефективного використання наявних в країні ресурсів та спрямовувати їх на розвиток. Важливість накопичення соціального капіталу в країні обумовлена необхідністю розвитку громадянського суспільства та його інститутів. Слід звернути увагу, що дієвим механізмом прискорення процесу накопичення соціального капіталу у суспільстві є та державна підтримка розвитку підприємництва, зокрема й соціального. Така підтримка криє в собі конструктивні саморегулятори, які позитивно впливають на рівень довіри, укріплення взаємовідносин, сприяє на зниження рівня корупції та в цілому обумовлює підвищення добробуту населення України. При цьому держава може здійснювати прямий та опосередкований вплив на процеси накопичення соціального капіталу формуванням відповідної стратегії державного регулювання [3, с. 88].

На сьогоднішній день в Україні фактично відсутні нормативні вимоги до соціальних підприємців, що в свою чергу ускладнює будь-який процес регулювання такої діяльності, а отже починати треба з чіткого виокремлення поняття «соціального підприємства» в розрізі нормативно-правового поля та його законодавчого закріплення. Саме тому державне регулювання сектору соціального підприємства має досягти своєї ефективності лише за умови його виваженості, яка поєднувала б у собі регулювання нормативно-правових актів та розподіл функцій діяльності між ринковими механізмами.

З точки зору регулювання соціального підприємства, дослідники схиляються точки зору, що необхідність державного регулювання в цій сфері є важливим у питаннях підтримки та стимулювання. Адже в умовах ринкової економіки проявляється низка різноманітних негативних явищ (неповна зайнятість, монополізм, цінова нестабільність, поглиблення майнового розшарування, несправедливий розподіл доходів тощо), виникають важливі для розвитку суспільства сфери діяльності, які не привабливі для приватного бізнесу, спрацьовують обмежено або із запізненням ринкові механізми саморегулювання, (ринок робочої сили) [4, с. 268]. Автори наголошують, що задля дієвості політики регулювання соціального підприємства варто розуміти всю суть поняття «державне регулювання». Це дасть змогу виділити конкретні інструменти регулювання соціального підприємства в подальшому, адже в суті поняття закладено певний набір важелів та інструментів, сукупність форм та методів впливу держави на сферу соціального підприємства.

На сьогодні відсутній ЗУ «Про соціальне підприємство», а саме через це при виникненні питань регулювання доводиться спиратися на звичайне традиційне підґрунтя щодо регулювання господарської діяльності (самого

звичайного підприємства). Тобто, держава прирівнює цим фактом соціальне підприємство до традиційного бізнесу, що є зовсім невірним на думку авторів.

Законопроект «Про соціальне підприємство» був представлений на розгляд до Комітету Верховної Ради з питань економічної політики у 2013 році, але не набрав чинності. По-третє, не висвітлюється проблема правового забезпечення діяльності підприємств, створених громадськими об'єднаннями, що працюють у форматі соціального підприємства. З одного боку, є дозволи на таку діяльність у Законі України «Про громадські об'єднання» та у Господарському і Податковому Кодексах України, з іншого – не сформована методологія правового забезпечення такої діяльності та державного управління нею.

Одразу варто відмітити, що специфічність регулювання саме соціального підприємства внаслідок достатньої «молодості» даного наукового напрямку міститься частково у роботах із узагальнення світового досвіду чи в межах висвітлення загальних особливостей даного феномену [5; 6 та ін.].

Через це на сьогодні засади державної політики регулювання соціального підприємства прирівнюються до засад розвитку малого та середнього підприємства та включають в себе: «створення сприятливих умов з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності; стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємства; сприяння провадженню діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки; забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян» [7].

Враховуючи сутність та основні характеристики соціального підприємства, особливості державного регулювання діяльності його суб'єктів розкриваються саме на рівні формування засад державної підтримки її розвитку. У даному разі варто згодитись з позицією дослідників щодо доцільності поділу інструментів регулювання на прямого і непрямого впливу держави на розвиток відповідних суб'єктів з метою створення сприятливих фінансових, правових, інформаційних, економічних та організаційних умов становлення і розвитку для подолання об'єктивних бар'єрів їх діяльності [8, с. 62–66].

Коли ми ведемо мову про регулювання соціального підприємства, то обов'язково варто наголошувати на тому, що не повинно допуститися жодного зловживання статусом неприбутковості (якщо таке має місце бути) при реалізації соціальної спрямованості в діяльності соціального підприємства. І цей факт теж

може стати одним з регулюючих важелів в державній політиці, адже система регулювання повинно це чітко передбачити та виключити пов'язані ризики.

Отже, можна сказати, що державне регулювання соціального підприємництва має являти собою комплекс заходів органів законодавчої та виконавчої влади з інструментами, методами та важелями регулювання діяльності суб'єктів соціального підприємництва.

Питання визначення методів, засобів, важелів та інструментів державного регулювання доволі досліджена проблематика. Узагальнюючи наукові публікації щодо класифікації методів (механізмів, способів, інструментів, важелів) державного регулювання економічних суб'єктів, розмежовують дві основні класифікаційні ознаки [9, с. 248]: за формами впливу (прямі та непрямі) і за засобами впливу (правові, адміністративні, економічні, донорські, протекціоністські, індикативні).

Якщо говорити щодо методів регулювання діяльності соціального підприємництва у воєнний та післявоєнний час, то варто виокремити економічні аспекти, адміністративні (управлінські) та правові (нормативні) [10, с. 59–67]. Більшість економічних методів можлива в застосуванні лише в час післявоєнної відбудови, адже передбачає певний комплекс мір, пов'язаних з наданням державних кредитів, позик, грантів, інших видів фінансової допомоги та підтримки, на що зараз кошти в державі фактично відсутні. При цьому ж, адміністративні та правові методи на сьогодні фактично не є обмеженими у застосуванні.

Автори сподіваються, що в післявоєнний час соціальне підприємництво буде тісно співпрацювати з органами державної влади та зможуть досягти високого рівня партнерських відносин, адже це дозволить створити гарні умови для розвитку соціального підприємництва та надати саме ту підтримку, саме ту допомогу, яка буде необхідна. Базові засади партнерства в Україні визначені Законом України «Про державно-приватне партнерство», який регламентує правові, економічні, організаційні засади взаємодії державних інститутів і бізнес структур, встановлення гарантій взаємного дотримання їхніх прав та інтересів [11]. Але наразі такого партнерства в країні фактично немає і цьому передують низка причин, серед яких вагома роль належить корупційним.

Тому, провівши аналіз наявної законодавчої бази у сфері соціального підприємництва та наукових джерел, автори дійшли згоди, що серед основних напрямів регулювання соціального підприємництва в Україні вже зараз має стати координація та підтримка соціальних підприємств через призму нормативно-правового регулювання, а трохи згодом (по завершенню бойових дій) – стимулювання, що включит

в себе інвестиційну, фінансову та грантову підтримку.

Рівень життя населення в країні суттєво знизився і забезпечити себе навіть вкрай необхідними речами українцям стає дедалі важкіше. Саме тому виникає потреба в покритті базових потреб людини певним джерелом постійного доходу. Особливо складно внутрішньо переміщеним особам, які втратили не певні речі до існування, а й домівки. Питання створення нових робочих місць, зменшення на робітників податкового тиску та акумулювання прибутку в соціальних підприємствах – наразі нагальне питання. Можливо, розглядати яке було б актуально у симбіозі життя (проживання) та роботи.

В умовах воєнного стану соціальне підприємництво здатне вирішувати соціально-економічні питання у суспільних групах, що, в свою чергу, дозволить знизити рівень соціальної загостреності в державі. Державне регулювання діяльності соціального підприємництва зараз має стати не лише джерелом для існування деяких груп населення (життя, працевлаштування, харчування), а й інструментом соціальної адаптації населення. Також соціальне підприємництво може вирішити ті питання, які не дивлячись на повноту можливостей не може вирішити ні держава, ні приватний сектор економіки. Наразі здійснюються певні заходи з фінансової та організаційно-інформаційної підтримки вітчизняного соціального підприємництва з боку держави, вітчизняних та міжнародних організацій. І це створює додаткові можливості для розвитку соціального підприємництва в державі.

Беручи до уваги позитивний досвід, що наявний в Україні, та світовий досвід функціонування соціального підприємництва, дієва державна політика регулювання у воєнний час надасть імпульс для накопичення певного ресурсу, як фінансового, так і розумового, для активного післявоєнного відновлення всієї держави. Поруч з цим, задля розвитку сектору потребує удосконалення вся система державного регулювання соціального підприємництва.

Відтак, авторами виокремлено стратегічні важливі напрями розвитку соціального підприємництва, що потребують дієвого механізму державного регулювання вже зараз.

Першим аспектом варто назвати нарощення кількості соціальних підприємств. Це дозволить створити кількісний ефект від їх функціонування, що можливо за умови заінтересованості та вмотивованості громадян до процесу діяльності соціального підприємства. І, звісно, це досягається лише активним проведенням державної політики.

Другим аспектом (але не за значенням чи порядком дій) виокремимо створення правового підґрунтя. Цей етап має включити в себе створення, ухвалення, приведення в дію ЗУ «Про соціальне підприємництво», який би закріпив

у собі всі форми, види та критерії розмежування з іншими видами господарської діяльності.

Третім аспектом назвемо популяризацію соціального підприємництва в Україні крізь інформаційно-комунікаційну призму. Тут має бути запроваджена система всебічного інформування про створення та розвиток соціального підприємництва, навчання та інших освітніх заходів щодо створення та ведення власного соціального підприємництва.

І, мабуть, узагальнюючим, але надзвичайно важливим є аспект фінансового сприяння розвитку соціального підприємництва. Особливої актуальності це набуде у післявоєнний час, але основи варто закласти вже зараз. Державне регулювання в даному напрямі має бути таким, щоб не лише наділити фінансовою допомогою певні соціальні підприємства, їх виробничі програми, а й при цьому забезпечити прямий вплив від фінансування одного підприємства на розвиток економіки в усій державі.

Висновки. Отже, в ході дослідження теми діяльності та розвитку соціального підприємництва в умовах воєнного стану, автори дійшли висновку, що ті теоретичні напрацювання з даної теми, що є на сьогоднішній день, вони дають можливість виділити вагомі елементи державного регулювання, методи їх застосування,

проте ж не завжди виокремлюють специфіку соціального підприємства у порівнянні з традиційним бізнесом. Тобто обов'язково варто проводити ідентифікацію діяльності соціального підприємництва при застосуванні будь-яких методів державного регулювання.

Також, в ході дослідження авторами було встановлено, що основу методів та підходів до діяльності соціального підприємництва встановлено у більшості випадків в конкретному періоді часу та суспільного розвитку, але варто враховувати глобальні чинники та фактори: економічні кризи, пандемію, війну та мати змогу мобільно змінюватися в економічному та правовому просторі. Встановлені відмінності між формами вирішення соціальних проблем пов'язані із підприємницьким характером діяльності відповідних, задіяних в цьому процесі суб'єктів.

Підсумовуючи, зазначимо, що під державним регулюванням соціального підприємництва доцільно розуміти комплекс заходів органів законодавчої та виконавчої влади з інструментами, методами та важелями регулювання діяльності суб'єктів соціального підприємництва. Питання з приводу видів діяльності та диверсифікації соціального підприємництва потребує подальших досліджень в розрізі ефективності державної регуляторної політики.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Ільченко В. М. Соціальне підприємництво як індикатор свідомості суспільства. *Економічний простір*. 2022. № 178. С. 46–50.
2. Ільченко В. М., Кисельов В. Р. Вплив військової агресії на розвиток соціального підприємництва. *Сучасне підприємництво: проблеми теорії та практики*. Матеріали III міжнародної науково-практичної конференції. Дніпро : НТУ «Дніпровська політехніка», 2022. С. 170–173.
3. Чорнодід І. С., Голубев О. В. Теоретичні засади дослідження сутності соціального капіталу. *Формування ринкових відносин в Україні*. № 11 (210)/2018. С. 85–90.
4. Case, Clarence M. What is a Social Problem? *Journal of Applied Sociology*. 1924. Vol. 8, No. 5 (May-June). P. 268–273
5. Осипова С. К. Соціальне підприємництво як об'єкт державного регулювання. *Вісник НУЦЗ України. Серія: Державне управління*. 2019. № 1 (10). С. 48–56. pdf. <http://vdu-nuczu.net/ua/2-uncategorised/82-vipusk-1-10-2019>. DOI: 10.5281/zenodo.3233407.
6. Біланич Л. В., Голубка О. Я. Методи державного регулювання та підтримки соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. Випуск 1 (51). 2018. С. 59–67. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).59-67](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).59-67).
7. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22.03.2012 р. № 4618-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (дата звернення: 01.02.2023).
8. Гончаренко О. Саморегулювання та співрегулювання господарської діяльності. *Підприємництво, господарство і право*. 2017. № 9. С. 62–66.
9. Гуменюк В. В. Державне регулювання процесів легалізації прихованого підприємництва: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03 / Національний університет «Львівська політехніка». Львів, 2016. 248 с.
10. Біланич Л. В., Голубка О. Я. Методи державного регулювання та підтримки соціального підприємництва в Україні. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія Економіка*. Випуск 1 (51). 2018. С. 59–67. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).59-67](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).59-67).
11. Про державно-приватне партнерство: Закон України від 1 липня 2010р. № 2404-VI (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (дата звернення: 15.03.2020).

REFERENCES:

1. Ilchenko V. M. (2022) Sotsialne pidpriemnytstvo yak indyikator svidomosti suspilstva. *Ekonomichnyi prostir*. № 178. P. 46–50.

2. Ilchenko V. M., Kyselov V. R. (2022) Vplyv viiskovoi ahresii na rozvytok sotsialnoho pidpriemnytstva. Suchasne pidpriemnytstvo: problemy teorii ta praktyky. Materialy III mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii. Dnipro: NTU «Dniprovska politekhnika». P. 170–173.
3. Chornodid I.S., Holubiev O.V. Teoretychni zasady doslidzhennia sutnosti sotsialnoho kapitalu. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*. № 11 (210)/2018. P. 85–90.
4. Case, Clarence M. (1924) What is a Social Problem? *Journal of Applied Sociology*. Vol. 8. № 5 (May-June). P. 268–273.
5. Osypova S. K. (2019) Sotsialne pidpriemnytstvo yak ob'ekt derzhavnoho rehuliuвання. *Visnyk NUTSZ Ukrainy. Serii: Derzhavne upravlinnia*. № 1 (10). P. 48–56. pdf. Available at: <http://vdu-nuczu.net/ua/2-uncategorised/82-vipusk-1-10-2019>. DOI: 10.5281/zenodo.3233407.
6. Bilanych L. V., Holubka O. Ia. (2018) Metody derzhavnoho rehuliuвання ta pidtrymky sotsialnoho pidpriemnytstva v Ukraini. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii Ekonomika*. Vypusk 1 (51). P. 59–67. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).59-67](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).59-67).
7. Pro rozvytok ta derzhavnu pidtrymku maloho i serednoho pidpriemnytstva v Ukraini: Zakon Ukrainy vid 22.03.2012 r. № 4618-VI. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text> (data zvernennia: 01.02.2023).
8. Honcharenko O. (2017) Samorehuliuвання ta spivrehuliuвання hospodarskoi diialnosti. *Pidpriemnytstvo, gospodarstvo i pravo*. № 9. P. 62–66
9. Humeniuk V.V. (2016) Derzhavne rehuliuвання protsesiv lehalizatsii prykhovanoho pidpriemnytstva: dys. ... kand. ekon. nauk: 08.00.03 / Natsionalnyi universytet «Lvivska politekhnika». Lviv. 248 p.
10. Bilanych L. V., Holubka O. Ia. (2018) Metody derzhavnoho rehuliuвання ta pidtrymky sotsialnoho pidpriemnytstva v Ukraini. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu. Serii Ekonomika*. Vypusk 1 (51). P. 59–67. DOI: [https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1\(51\).59-67](https://doi.org/10.24144/2409-6857.2018.1(51).59-67).
11. Pro derzhavno-privatne partnerstvo: Zakon Ukrainy vid 1 lypnia 2010r. № 2404-VI (zi zminamy to dopovneniamy). Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2404-17#Text> (data zvernennia: 15.03.2020).

ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ПОБУДОВУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ B2B

THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE BUILDING OF MARKETING STRATEGIES ON THE B2B MARKET

Кобець Д.Л.

кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, аудиту та оподаткування,
Хмельницький національний університет

Нездоровін О.В.

аспірант,
Хмельницький національний університет

Kobets Dmytro, Nezdorovin Oleksandr

Khmelnytskyi National University

У статті проаналізовано вплив інформатизаційних, глобалізаційних та діджиталізаційних перетворень на формування маркетингово-ринкових стратегій просування продукту/товару/послуги на ринку B2B в умовах воєнного часу. Сьогодні діджиталізація проникла практично в усі сфери життя і діяльності. Тому необхідно звернути особливу увагу на інструменти, засоби, формати діджитал комунікацій у комерційному просторі, тобто на ринку B2B. Встановлено, що на ринку B2B виникає складність у побудові маркетингової стратегії, зумовлена урахуванням специфіки ведення бізнесу сторін комерційного простору формату B2B. Варто звернути увагу на людський фактор, при розробці маркетингових стратегій для B2B. Особливістю ринку B2B є також висока вартість, висока технологічність товарів, а їх реалізація часто є довгостроковою, що теж має вплив на побудову маркетингової стратегії в умовах тотальної діджиталізації. Більшість наукових досліджень залишають поза кутом зору проблеми й перспективи технічно складних і взаємопов'язаних виробництв, з якими вони зіткнулися у періоди тотальної діджиталізації, не відображають шляхів вирішення викликів діджитальної епохи у конкретних галузях діяльності. Тому такі тенденції детермінують необхідність конкретизації впливу діджиталізації на провайдерів ринку B2B.

Ключові слова: маркетинг, стратегії, ринок B2B, діджиталізація, маркетингові стратегії, міжфірмова взаємодія.

The article analyzes the impact of information, globalization and digitalization transformations on the formation of marketing and market strategies promotion of the product/service on the B2B market in the conditions of military time. Today, digitalization has penetrated practically all spheres of life and activity. Therefore, special attention should be paid to the instruments, means, formats of digital communications in the commercial space, that is, on the B2B market. It has been established that on the market B2B there is a difficulty in building marketing strategies, due to the specifics of doing business of the parties of the commercial space in the format B2B. Since the company that sells the services, goods of other kinds of business, should be oriented not only on their demand, but it is necessary to take into account the specific attributes of the business entities to which it offers its goods when developing marketing strategies. It is necessary to pay attention to the human factor, when developing marketing strategies for B2B, because in commercial communications involved personnel of the enterprise, which buys a product or service not for itself, but for an enterprise that has certain values, organizational culture, which must also be taken into account. The peculiarity of the B2B market is also the high cost, high technology of goods, and their realization is often long-term, what also has an impact on the construction of the marketing strategy in the conditions of total digitalization. During the research the positive influence of the digitalization on the image positions of enterprises was revealed, promoting competitive advantage, increasing demand and improving business position in the market, growth of marketing attractiveness of commercial space subjects, ensuring stability of enterprise functioning, opportunities for rapid adaptation to unpredicted changes in the market, increase of enterprise profitability, attraction of new clients, stimulation of strengthening sales channels, possibilities of scaling. At the same time, the researchers point to a number of business problems on the B2B market in the conditions of digitalization and military condition, among them: high level of uncertainty caused by rising prices, lack of fuel, difficulties with transport connections;

it is impossible to use enterprises engaged in foreign economic activity, already traditional for them ways of export of their own products. Most scientists present a general vision of the impact of digitalization on marketing activity in general, partly taking into account the specifics of the B2B market, but do not specify peculiarities of building marketing strategy in the retail environment by enterprises implementing high technologies, expensive equipment, provide strategically important types of human activity, such as machine-building industry. Moreover, scientific research leaves out the field of view problems and prospects of technically complex and interconnected production, with which they encountered during the period of total digitalization, do not reflect the ways of solving the challenges of the digital epoch in specific fields of activity. Therefore, such trends define the need to specify the impact of digitalization on B2B market providers.

Keywords: marketing, strategies, B2B market, digitalization, marketing strategies, intercompany interaction.

Постановка проблеми. В умовах сучасності спостерігається тотальна діджиталізація практично усіх сфер життя і діяльності. За такої всеосяжної діджиталізації актуалізується необхідність приділення особливої уваги інструментам, засобам, форматам діджитал-комунікацій у комерційному просторі, в якому один бізнес продає товари та послуги іншому бізнесу, тобто на ринку B2B. Якщо на ринку, орієнтованому на цільові аудиторії фізичних осіб (B2C), цілком можливий добір ефективних діджитал-інструментів для різних сегментів, з урахуванням потреб, інтересів, запитів цільових аудиторій, то на ринку B2B виникає складність у побудові маркетингової стратегії, зумовлена урахуванням специфіки ведення бізнесу сторін комерційного простору формату B2B. Адже підприємство, яке реалізує послуги, товари інших видам бізнесу, має орієнтуватися не тільки на їх запити, але й обов'язково враховувати при розробці маркетингових стратегій специфічні атрибути тих суб'єктів ведення бізнесу, яким воно пропонує свій товар. Певні труднощі у розробці маркетингових стратегій для B2B зумовлені також людським фактором, адже у комерційних комунікаціях участь бере персонал підприємства, який придбаває продукт чи послугу не для себе особисто, а для підприємства, яке має певні цінності, організаційну культуру, що теж обов'язково має бути враховано. Та й сам об'єкт комерційного простору на ринку B2B є високо-вартісним, високотехнологічним, а його реалізація часто є довгостроковою, що теж має вплив на побудову маркетингової стратегії в умовах тотальної діджиталізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема впливу діджиталізації на маркетингову діяльність підприємства віднедавна є об'єктом наукових досліджень. Загалом, поняття «діджиталізація» є перенесенням інформації у цифрову форму, тобто оцифрування будь-якого контенту [7, с. 21].

У наукових працях вказується на те, що діджиталізація позитивно позначається на іміджевих позиціях підприємств, сприяє досягненню переваги над конкурентами, зростанню попиту та покращення бізнес-позицій на ринку [2, с. 25]. Учені також відзначають позитивний вплив діджиталізації, що відображається у зростанні маркетингової привабливості суб'єктів

комерційного простору, забезпеченні стабільності функціонування підприємства, можливості швидкої адаптації до непрогнозованих змін на ринку [6], збільшенні дохідності підприємств, залученні нових клієнтів, стимулюванні зміцненні каналів збуту із врахуванням стабільності цифрових каналів і можливостей їх масштабування [3, с. 30].

І. Бойчук підкреслює, що в умовах воєнного стану діджиталізація маркетингу на ринку B2B сприяє підвищенню обсягів продажів за рахунок синергетичного ефекту, оптимізації рекламних витрат на залучення потенційних клієнтів, зростанню обізнаності про товари і послуги підприємства, збільшенню лояльності серед уже існуючої клієнтури, наданні рекламно-інформаційного супроводу виходу на ринок нових товарних позицій [1, с. 85, 86]. Серед позитивних впливів діджиталізації на ринок B2B учені відзначають оптимізацію й пришвидшення просування товару, досягнення високих конкурентних позицій, реалізацію нових можливостей для налаштування багатоканального зв'язку між стейк-холдерами для якісного спілкування та досягнення домовленостей між ними [14, с. 116].

Водночас учені вказують на ряд проблем бізнесу на ринку B2B в умовах діджиталізації та воєнного стану, серед них: високий рівень невизначеності, зумовлений зростанням цін, нестачею палива, труднощами із транспортним сполученням; неможливість використання підприємствами, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю, вже традиційних для них шляхів експорту власної продукції. Вирішення цих проблем дослідники вбачають у вмілому використанні інтернет-маркетингу в бізнесі у військовий час, основна мета якого полягає в отриманні максимального ефекту від цільової аудиторії сайту або порталу, тобто в тому, щоб залучити якомога більше користувачів до пропонуваніх підприємствами товарів чи послуг [1, с. 85, 86].

Згадані вище наукові дослідження подають узагальнене бачення впливу діджиталізації на маркетингову діяльність загалом, частково враховуючи специфіку ринку B2B, але не конкретизують особливості побудови маркетингової стратегії у діджитальних умовах підприємствами, які реалізують високі технології, дороговартісне обладнання, забезпечують

стратегічно важливі види діяльності людини, як, наприклад, машинобудівна галузь. Більше того, наукові дослідження залишають поза кутом зору проблеми й перспективи технічно складних і взаємопов'язаних виробництв, з якими вони зіткнулися у періоди тотальної діджиталізації, не відображають шляхів вирішення викликів діджитальної епохи у конкретних галузях діяльності. Тому такі тенденції детермінують необхідність конкретизації впливу діджиталізації на провайдерів ринку B2B.

Мета статті – проаналізувати вплив діджиталізації на побудову маркетингових стратегій на ринку B2B.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для успішної побудови й реалізації маркетингової стратегії підприємствами ринку B2B доцільно враховувати пропоновані сучасними дослідниками підходи до формування стратегії маркетингу в умовах діджиталізації, зокрема клієнто орієнтований підхід, який фокусується на підтримці існуючих відносин через соціальні медіа або на залученні аудиторії, публікуючи інформацію про компанію; передбачає продукування маркетингового контенту на замовлення, із залученням зовнішніх ресурсів; акцентує увагу на донесенні інформації про компанію; спрямований на розвиток існуючого бренду через представництво в соціальних медіа та залучення нової аудиторії через розповсюдження інформації [16, с. 350].

Оскільки за згаданого вище підходу основний акцент робиться на донесенні інформації про компанію ринку B2B, то в умовах діджиталізації суб'єктам цього ринку доцільно використовувати такі діджитал-канали, як:

- Email – комерційні розсилки листів на електронні адреси користувачів, які дали згоду на отримання рекламних та інших матеріалів;
- Referrals – реферальні посилання різноманітних сайтів, новинних порталів тощо зі згадкою про сайт, що аналізується;
- Social – залучення користувачів через соціальні мережі;
- Organic search – органічний пошук, коли користувачі самі шукають бренд або застосовують відповідні актуальні ключові слова;
- Display Ads – показ рекламних банерів на різноманітних сайтах [12, с. 244].

Основними «точками фокусу», які є доцільними до використання суб'єктами комерційного простору ринку B2B в умовах діджиталізації, є офіційний сайт компанії, соціальні мережі, різні види розсилання (наприклад, е-мейл-розсилка) [8, с. 139].

У межах побудови маркетингової стратегії суб'єктами комерції на ринку B2B в часи тотальної діджиталізації С. Хрупович відводить особливу роль такому діджитал-інструменту як належним чином оптимізований сайт підприємств, називаючи його провідним засобом

Інтернет-маркетингу для ринку B2B, адже він дозволяє промисловим виробникам використати можливості безпосередніх контактів із потенційними партнерами, клієнтами, отримати переваги глобалізації, надаючи оптимальну кількість відомостей про колектив, сервіс, продукцію, логістику та інші супутні послуги. На сайті підприємствам ринку B2B рекомендовано публікувати детальні описи пропонованої підприємством продукції з обов'язковим зазначенням її технічних параметрів, фото, відео, презентаційних матеріалів, технології створення продукту, результатів технічних випробувань, наукових досліджень у сфері використання товарних позицій підприємства ринку B2B, з обов'язковим проведенням веб-аналітики діджитал-ресурсу учасника ринку B2B задля оцінки дохідності вкладення коштів у рекламу, показників ефективності за маркетинговою вертикаллю, здійснення конкурентного аналізу та досліджень цільових аудиторій, для аналізу чинних цін і тарифів [15, с. 207].

Дослідники О. Прядко, К. Олініченко наголошують на важливості приділення особливої уваги контенту, який публікується на офіційних інтернет-ресурсах підприємств ринку B2B, та використанню різноманітних каналів комунікації з потенційними клієнтами. До ефективних діджитал-інструментів учасників ринку B2B учені відносять соцмережі: Instagram, Facebook, Telegram канал PRO Text та профілі в англомовних LinkedIn та Medium; YouTube-канал з корисними відео про локалізацію та відповідями на популярні питання замовників продуктів / послуг; блог на сайті декількома мовами; гостьові блоги на кількох популярних ресурсах [13, с. 184].

Н. Савицька, Г. Чміль до інструментів для залучення замовників промислової продукції та зміни їх вподобань відносять: CRM-системи, inbound маркетинг, контент-маркетинг, сайти, реклама в різних формах цифрової продукції, маркетплейси [14, с. 116].

Суттєву роль у побудові маркетингової стратегії на ринку B2B в епоху діджиталізації відіграють створені для налаштування двобічної, взаємовигідної комунікації (між продавцями та покупцями) в інтернет-середовищі такі інформаційні системи як маркетплейси. Вони дають змогу створювати об'єднану систему ціноутворення для отримання конкурентних переваг, оптимізувати процес просування продукції (товарів, послуг) шляхом скорочення витрат на рекламу, формувати систему лояльності для покупців. Маркетплейси дозволяють суб'єктам ринку B2B порівнювати ціни, пришвидшити товарні та трансакційні операції, скоротити витрати на реалізацію товарів, підвищити довіру до продавця через відгуки покупців [14, с. 116].

Позитивно про marketplace як про модель електронної комерції відгукуються А. Панчук,

Ю. Котельнікова. Адже за таких умов послугами чинних електронних торгових майданчиків можуть скористатися групи підприємств, які виступають або продавцями, або покупцями. На ринку B2B згадані вище дослідники виокремлюють незалежні (Independent trading marketplace), галузеві (Industry sponsored marketplace) та приватні (Private marketplace). Маркетингова діяльність в умовах діджиталізації також може бути зреалізована через спеціально створений портал для роботи з клієнтами. Цей електронний ресурс має містити наявні джерела інформації, що дає змогу компанії досить швидко створити єдиний інформаційний простір, який поряд із фінансовими, виробничими, людськими ресурсами стає важливою умовою реалізації стратегічних бізнес-завдань [11, с. 20].

У контексті нашого дослідження заслуговує на особливу увагу думка І. Кошової й А. Шевчук стосовно «організація маркетингового консалтингу на ринку B2B», який вони трактують як «процес розробки, оцінки та впровадження маркетингової стратегії спеціалістами консалтингової компанії», виділяючи у ньому такі п'ять основних етапів: отримання інформації від замовника; її ретельний аналіз; оцінка обсягу завдань і їх опрацювання; складання плану заходів; впровадження та реалізація розробленої стратегії; контроль та доопрацювання [17, с. 51].

Важливими принципами, яких варто дотримуватися підприємствам ринку B2B в діджитальних умовах, є експертність, якість обслуговування, раціональність, правильне позиціонування товару [4, с. 140]. При побудові маркетингової стратегії підприємства на ринку B2B в умовах діджиталізації доцільним є урахування означених Ф. Котлером етапів взаємодії з клієнтами: «Aware – Знання» (пасивне сприйняття цільовими аудиторіями інформації про бренди, відсутність конкретної уваги до певного бренду); «Arreal – Вплив» (аналіз потенційними покупцями отриманої інформації, звертання уваги на обрані бренди); «Ask – Запитання» (розуміння клієнтом своїх бажань і пошук відповідей на наявні у нього питання про товар чи бренд у різних видах інформації); «Action – Дія» (здійснення покупок клієнтом); «Advocate – Пропаганда» (формування у клієнтів лояльного ставлення до товару, бренду та готовність надання рекомендацій у цьому напрямі знайомим, колегам та партнерам) [5].

Суттєвий вплив на побудову маркетингової стратегії на ринку B2B має сегментація, до якої входять такі показники, як: географічне положення, ціна, якість, потреба в сервісному обслуговуванні. Якщо йдеться про підприємства галузі машинобудування, то цільовими аудиторіями на ринку B2B є досвідчені покупці, тому має вплив на маркетинг також урахування

техніко-економічних показників: надійність, виробничі можливості, ефективність щодо експлуатації. У контексті побудови маркетингової стратегії для підприємства машинобудівної сфери цілком слушною є думка Н. Неведрової, яка відмічає, що для успішного існування на ринку машинобудівні підприємства повинні не тільки впроваджувати інновації у виробництво, а й ефективно поєднувати процес створення нового продукту з маркетинговою діяльністю, приділяючи при цьому увагу перевагам та уподобанням споживачів [9, с. 187].

Розглядаючи маркетингову діяльність на ринку B2B на прикладі підприємств сільськогосподарського машинобудування, О. Павлова приходиться до висновку, що позиція машинобудівного підприємства на ринку B2B детермінована ефективністю системи заходів маркетингового сприяння продажу продукції на ринку B2B: сильна позиція на ринку збільшує ймовірність успіху на ринку, а слабка – потребує вкладання значних ресурсів для того, щоб зайняти позицію на ринку та досягти успіху [10, с. 190].

Суттєвий вплив на побудову маркетингової стратегії підприємствами машинобудівної галузі в умовах діджиталізації відіграє обмеженість усіх напрямів його діяльності у зв'язку із військовими діями на території України. Адже багато машинобудівних підприємств знаходилися на території теперішніх бойових дій, значна частина таких підприємств розташовані у прифронтових регіонах, які перебувають під постійними або епізодичними обстрілами, в умовах відсутності сталого зв'язку, що часто унеможлиблює активні дії у діджитал-просторі. Але попри це прикладом підприємства, яке використовує можливості діджиталізації навіть у теперішніх умовах є АТ «Ельворті» (Кіровоградська область), яке пропонує такі діджитал-канали: інтернет-магазин, мобільний додаток ELVORTI в PlayStore на платформі Android, особистий кабінет клієнта. Ці канали дають вичерпну інформацію про товарні позиції компанії, зберігають історії купівлі та звернень до підприємства, відображають цінний діапазон і факти наявності необхідного цільовим аудиторіям товарного асортименту. ТОВ «Вінницький агрегатний завод» пропонує своїм цільовим аудиторіям офіційний сайт, на якому подано детальні описи товарного асортименту із фото, надано контакти й форму зворотнього зв'язку. ПАТ «Прожектор» (Житомирська область) публікує в мережі офіційний сайт із детальними описами товарних позицій.

Висновки. Діджиталізація позитивно позначається на діяльності підприємств ринку B2B. Основними діджитал-інструментами, які використовують учасники комерційного простору на ринку B2B, є: офіційний сайт, електронні торговельні майданчики й портали,

інтернет-магазини, мобільні додатки тощо. Але підприємства ринку B2B у машинобудівній сфері є слабо включеними у діджитальний простір, що зумовлено деструктивними умовами їх діяльності у період воєнного стану.

Перспективу подальших наукових пошуків становить розробка інструктивних матеріалів для маркетингових служб підприємств ринку B2B стосовно побудови й реалізації маркетингової стратегії в умовах діджиталізації та воєнного стану.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бойчук І. Зміни маркетингового середовища функціонування підприємств на B2B РИНКУ. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2022. Т. 1. С. 83–87.
2. Васильців Н. М., Liekis K. Seo як необхідний маркетинговий підхід у період цифровізації. *Маркетинг і логістика в системі менеджменту* : тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 24–25.
3. Вовчанська О. М., Іванова Л. О. Клієнтоорієнтовані маркетингові тактики, активізовані пандемією COVID-19. *Маркетинг і логістика в системі менеджменту* : тези доповідей XIII Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2020. С. 29–30.
4. Данілова Л., Масло М. Особливості просування бренду на ринку B2B. *Бренд-менеджмент: маркетингові технології* : матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 11 березня 2021 р.) / відп. ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2021. С. 138–141.
5. Котлер Ф. *Маркетинг 4.0 Від традиційного до цифрового*; пер. з англ. К. Куницької та О. Замаєвої. 2-ге вид. виправл. Київ : Вид група КМ-БУКС, 2021. 224 с.
6. Леонова С. В., Бабич О. В. Вплив параметрів діджиталізації на маркетингову привабливість комерційного банку для фізичних клієнтів. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 35. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1083> дата звернення: 29.01.2023).
7. Лігоненко Л., Хріпко А., Доманський А. Зміст та механізм формування стратегії діджиталізації в бізнес-організаціях. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Економічні науки. 2018. Вип. 22(62). Т. 2. С. 21–24. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/8_2020/156.pdf (дата звернення: 29.01.2023).
8. Лойко Є. М. Діджиталізація маркетингової комунікативної стратегії підприємства. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2021. № 4 (64). С. 135–142.
9. Невердова Н. М. Маркетинг інновацій машинобудівних підприємств. *Актуальні проблеми та стратегії розвитку підприємництва, торгівлі і маркетингу в умовах сучасного ринку* : матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції. Тернопіль : ДВНЗ «Тернопільський коледж харчових технологій і торгівлі», 2021. С. 186–187.
10. Павлова О. В. Система заходів маркетингового сприяння продажу продукції на ринку B2B на прикладі підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2020. № 20. С. 186–191.
11. Панчук А. С., Котельнікова Ю. М. Особливості впровадження електронного торговельного порталу у діяльність підприємства сектору B2B. *Вчені записки ТНУ ім. В. І. Вернадського*. 2020. № 2. Т. 31 (70). С. 19–22.
12. Приказюк Н., Марченко К. Маркетингові стратегії страховиків в умовах діджиталізації: сучасна практика та перспективи розвитку. *Економічний аналіз*. 2022. Т. 32. № 1. С. 236–247.
13. Прядко О. М., Олініченко К. С. Ефективний контент маркетинг на B2B ринку. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі* : тези доповідей Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 2 листопада 2022 р.; Державний біотехнологічний ун-т. Харків, 2022. 183–184 с.
14. Савицька Н. Л., Чміль Г. Л. Трансформація взаємодії суб'єктів ринку в умовах діджиталізації маркетингу. *Цифрова економіка та економічна безпека*. 2022. Вип. 1(01). С. 112–117.
15. Хрупович С. Є. Застосування інструментів інтернет-маркетингу під час просування продукції на ринках B2B. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 1. С. 204–208.
16. Чеморда П. О., Васюткіна Н. В. Сучасні підходи до формування стратегії маркетингу соціальних медіа. *Бізнесінформ*. 2021. № 2. С. 346–351.
17. Шевчук А. А., Ковшова І. О. Організація маркетингового консалтингу на ринку B2B. *Розвиток економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва* : збірник тез наукових робіт учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 18 травня 2019 р.). Одеса : ГО "Центр економічних досліджень та розвитку", 2019. С. 49–52.

REFERENCES:

1. Boichuk I. (2022) Zminy marketynhovoho seredovyshcha funktsionuvannya pidprijemstv na B2B rynku [Changes in the marketing environment of the functioning of enterprises on the B2B market]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, 1. 83–87.
2. Vasylytsiv N. M., Liekis K. (2020) Seo yak neobkhydnyi marketynhovyi pidkhid u period tsyfrovizatsii [Seo as a necessary marketing approach in the period of digitalization]. In *Marketynh i lohistyka v systemi menedzhmentu* (pp. 24–25). Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniky.

3. Vovchanska O. M., Ivanova L. O. (2020) Kliientoorientovani marketynhovi taktyky, aktyvizovani pandemiieiu COVID-19 [Customer-centric marketing tactics fueled by the COVID-19 pandemic]. In *Marketynh i lohistyka v systemi menedzhmentu* (pp. 29–30). Lviv: Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki.
4. Danilova L., Maslo M. (March 11, 2021) Osoblyvosti prosuvannia brendu na rynku B2B [Features of brand promotion in the B2B market]. In *Brend-menedzhment: marketynhovi tekhnologii*: (pp. 138–141). Kyiv: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t.
5. Kotler F. *Marketynh 4.0 (2021) Vid tradytsiinoho do tsyfrovoho* [Marketing 4.0 From traditional to digital] (transl. from eng. K. Kunytskoi ta O. Zamaievoi. Ed. 2). Kyiv: KM-BUKS.
6. Leonova S. V., Babych O. V. (2022) Vplyv parametriv didzhytalizatsii na marketynhovu pryvablyvist komertsiinoho banku dlia fizychnykh kliientiv [The influence of digitalization parameters on the marketing attractiveness of a commercial bank for physical customers]. *Ekonomika ta suspilstvo*, 35. DOI <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-35-17>.
7. Lihonenko L., Khripko A., Domanskyi A. (2018) Zmist ta mekhanizm formuvannia stratehii didzhytalizatsii v biznes-orhanizatsiiakh [Content and mechanism of digitalization strategy formation in business organizations]. *Mizhnarodnyi naukovyi zhurnal «Internauka». Ekonomichni nauky*, 22(62). Vol 2. P. 21–24. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.8.154.
8. Loiko Ye. M. (2021) Didzhytalizatsiia marketynhovoї komunikatyvnoi stratehii pidpriemstva [Digitization of the company's marketing communication strategy]. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, 4 (64). P. 135–142.
9. Nevedrova N. M. (2021) Marketynh innovatsii mashynobudivnykh pidpriemstv [Marketing of innovations of machine-building enterprises]. In *Aktualni problemy ta stratehii rozvytku pidpriemnytstva, torhivli i marketynhu v umovakh suchasnoho rynku*, (pp. 186–187). Ternopil: DVNZ «Ternopil'skyi koledzh kharchovykh tekhnologii i torhivli»
10. Pavlova O. V. (2020) Systema zakhodiv marketynhovoho spriannia prodazhu produktii na rynku B2B na prykladi pidpriemstv silskohospodarskoho mashynobuduvannia [A system of measures to promote the sale of products on the B2B market on the example of agricultural engineering enterprises]. *Modern Economics*, 20. P. 186–191.
11. Panchuk A. S., Kotelnikova Yu. M. (2020) Osoblyvosti vprovadzhennia elektronnoho torhovelnogo portalu u diialnist pidpriemstva sektoru B2B [Peculiarities of the introduction of an electronic trade portal into the activities of a business in the B2B sector]. *Vcheni zapysky TNU im. V.I. Vernadskoho. 2. Vol. 31(70)*. P. 19–22.
12. Prykaziuk N., Marchenko K. (2022) Marketynhovi stratehii strakhovykiv v umovakh didzhytalizatsii: suchasna praktyka ta perspektyvy rozvytku [Marketing strategies of insurers in conditions of digitalization: modern practice and prospects for development]. *Ekonomichniy analiz*, 1, Vol. 32. P. 236–247.
13. Priadko O. M., Olinichenko K. S. (November 2, 2022) Efektyvnyi kontent marketynh na B2B rynku [Effective content marketing in the B2B market]. In *Aktualni problemy ta perspektyvy rozvytku ahroprodovolchoi sfery, industrii hostynnosti ta torhivli* (pp. 183–184). Kharkiv: Derzhavnyi biotekhnolohichniy un-t.
14. Savytska N. L., Chmil H. L. (2022) Transformatsiia vzaiemodii sub'iektiv rynku v umovakh dydzhytalizatsii marketynhu [Transformation of the interaction of market subjects in the conditions of digitalization of marketing]. *Tsyfrova ekonomika ta ekonomichna bezpeka*, 1(01). P. 112–117.
15. Khrupovych S. Ye. (2019) Zastosuvannia instrumentiv internet-marketynhu pid chas prosuvannia produktii na ryinkakh B2B [Application of Internet marketing tools during promotion of products on B2B markets]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. 1*. P. 204–208.
16. Chemorda P. O., Vasiutkina N. V. (2021) Suchasni pidkhody do formuvannia stratehii marketynhu sotsialnykh media [Modern approaches to forming a social media marketing strategy]. *Biznesinform*, 2. P. 346–351.
17. Shevchuk A. A., Kovshova I. O. (May 18, 2019) Orhanizatsiia marketynhovoho konsaltnykh na rynku B2B [Organization of marketing consulting in the B2B market]. In *Rozvytok ekonomichnoi systemy krainy v konteksti mizhnarodnoho spivrobotnytstva* (pp. 49–52). Odesa: HO "Tsentri ekonomichnykh doslidzhen ta rozvytku".

НЕОМОДЕРНІЗАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

NEO-MODERNIZATION CONCEPT OF FORMING THE INVESTMENT STRATEGY OF TRANSPORT ENTERPRISES

Косенков Д.С.

аспірант,

Національний авіаційний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0947-0573>

Kosenkov Denys

National Aviation University

У статті проаналізовано особливості концепції формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств. Визначено ряд завдань на які спрямовується орієнтованість управління інвестиційною діяльністю в контексті стратегічних цілей розвитку підприємства. Обґрунтовано цільові орієнтири в контексті формування інвестиційної стратегії підприємств. Визначено основні принципи формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств. Проаналізовано структуру капітальних інвестицій підприємств. Окреслено концептуальну схему формування інвестиційної стратегії підприємства в умовах неомодернізаційних тенденцій. Визначено ряд завдань на виконання яких має бути спрямоване формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств з урахуванням неомодернізаційних тенденцій. Обґрунтовано, що неомодернізаційна концепція формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств повинна бути дотичною до інноваційної складової в контексті врахування у загальних стратегічних цілях підприємства інноваційно-цифровізаційно-модернізаційного вектору змін на сучасному етапі.

Ключові слова: інвестиції, підприємство, інвестиційна стратегія, інвестиційні ресурси, інвестиційний проєкт, інвестиційні цілі.

The article analyzes the peculiarities of the concept of investment strategy of transport enterprises. A number of tasks are defined for which the orientation of management of investment activity in the context of strategic goals of enterprise development is directed. The target goals in the context of formation of investment strategy of enterprises to which are given are justified: Increase of market value of business with the purpose of attraction in perspective of investment value of enterprise; creation of new enterprises through acquisition or merger; diversification of directions of activity of enterprise or scale of business under conditions of expansion of production; obtaining additional investment income from investment operations in order to increase the company's operating capital; increasing the efficiency of the company's operations through the introduction of a number of organizational and technological activities. The basic principles of formation of investment strategy of transport enterprises are defined. The structure of capital investments of enterprises is analyzed. The conceptual scheme of formation of investment strategy of the enterprise under conditions of non-modern renewal is outlined. A number of tasks for which the development of investment strategy of transport enterprises should be directed, taking into account the non-modern tendencies, have been identified: Ensuring of coordination of investment needs with the state of transport industry development and the position of the enterprise in it, technical and technological demands, peculiarities of innovative direction of enterprise development; ensuring strategic and current maximization of investment profit of the transport enterprise; putting investment risks to a minimum; ensuring optimal financial condition of the transport enterprise in the process of investment activity; maintaining the appropriate level of liquidity of transport enterprise investments; providing selection of effective tools of estimation, forecasting and adjustment and appropriate ways in the direction of effective investment activity. It is justified that the non-modern concept of formation of investment strategy of transport enterprises should be as close to the innovative component in the context of taking into account in the general strategic goals of the enterprise innovative-digital-modernization vector of changes at the present stage.

Key words: investments, enterprise, investment strategy, investment resources, investment project, investment goals.

Постановка проблеми. Сучасний етап розвитку економіки вимагає активізації інвестиційної діяльності підприємств, що є драйвером прогресивних технологій, сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності та ефективності діяльності підприємств. Однією із концепцій постіндустріального розвитку є неотехнологічна економіка, яка заснована на новому індустріальному промисловому потенціалі. Оскільки неомодернізаційне оновлення вимагає інтенсифікації процесів економічного відтворення, що можливо через докорінну зміну виробничих процесів за рахунок науково-технологічного потенціалу, спрямування розвитку підприємств у напрямі формування неомодернізаційної концепції вимагає обґрунтування особливостей формування інвестиційної стратегії підприємств, як одного із найважливіших напрямів, що дозволяє стабільно нарощувати прибутковість та підвищувати рівень конкурентоспроможності. Особливо актуальним це є для підприємств транспортної галузі, адже це зумовлюється потребою оновлення основних засобів транспортних підприємств, необхідністю впровадження сучасних технологій та підвищення попиту на якісно нові транспортні послуги.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблематика, що стосується питань формування інвестиційної стратегії підприємств знаходить своє відображення в працях таких науковців як: І. О. Бланк, О. М. Вовк, Г. Г. Гайдай, П. Л. Гринько, А. М. Ковальчук, М. І. Крупка, Л. С. Ситник, І. В. Угрімова, О. О. Федоров та ін. Проте, сучасні інноваційно-трансформаційні тенденції, специфіка надання транспортних послуг, особливості забезпечення прибутковості транспортних підприємств вимагають уточнення сучасної концепції формування інвестиційної стратегії підприємств в контексті неомодернізаційного оновлення та адаптації до зовнішніх викликів.

Метою статті виступає обґрунтування особливостей формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств в умовах неомодернізаційного оновлення.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Інвестиційна стратегія виступає зв'язуючою ланкою в контексті спрямування розвитку інвестиційної діяльності підприємства. За допомогою інвестиційної стратегії репрезентується система довгострокових цілей інвестиційної діяльності підприємств, що повинна передбачати вибір найбільш вигідних шляхів оновлення та розширення та активів задля забезпечення основної спрямованості його економічного розвитку. В даному контексті, загальна стратегія економічного розвитку підприємства виступає однією з передумов формування інвестиційної стратегії, яка повинна узгоджуватися з її цілями і етапами реалізації.

Орієнтованість управління інвестиційною діяльністю на стратегічні цілі розвитку підприємства спрямовується на вирішення ряду завдань [7]:

- означення основних напрямків інвестиційної діяльності в контексті загальної та фінансової стратегій розвитку підприємства (розробка інвестиційної стратегії);
- аналіз кон'юнктури інвестиційного ринку та оцінка інвестиційного клімату;
- оцінювання ефективності реалізації інвестиційних проєктів;
- формування інвестиційного портфеля із врахуванням прийнятих ризиків і рівня прибутковості;
- контроль інвестиційної діяльності загалом та по кожному проєкту окремо;
- визначення належного обсягу інвестиційних ресурсів та забезпечення оптимізації їхньої структури;
- оцінка рівня інвестиційної привабливості об'єкта інвестування.

В контексті формування інвестиційної стратегії підприємства цільовими орієнтирами можуть виступати [4]:

- збільшення ринкової вартості бізнесу з метою примноження в перспективі інвестиційної цінності підприємства;
- створення нових підприємств через поглинання чи злиття;
- диверсифікація напрямів діяльності підприємства чи масштабування бізнесу за умови розширення виробництва;
- одержання додаткового інвестиційного доходу від здійснення інвестиційних операцій щодо збільшення обігового капіталу підприємства;
- підвищення рівня ефективності операційної діяльності підприємства через впровадження ряду організаційних і технологічних.

До основних принципів формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств можна віднести [3, с. 90]:

- розгляд підприємства як відкритої системи, яка має здатність до саморегуляції;
- орієнтування на здебільшого підприємницький стиль при стратегічному управлінні інвестиційною діяльністю;
- адаптація інвестиційної стратегії підприємства до змін факторів зовнішнього середовища;
- урахування ступеня інвестиційного ризику при прийнятті стратегічних інвестиційних рішень;
- альтернативність стратегічного інвестиційного вибору;
- орієнтування на кваліфікацію інвестиційних менеджерів підприємства в контексті реалізації інвестиційної стратегії;
- урахування базової стратегії операційної діяльності підприємства;
- забезпечення покриття усіх рівнів управління інвестиційною діяльністю підприємства;
- забезпечення врахування відповідної організаційної структури та відповідного рівня організаційної культури в контексті розробленої інвестиційної стратегії підприємства.

Виходячи з вище зазначеного та зважаючи на те, що інвестиційна стратегія транспортних

підприємств виступає інструментом стратегічного менеджменту, в основі механізму управління нею знаходиться ряд характерних принципів (рис. 1).

Проаналізувавши структуру капітальних інвестицій підприємств (табл. 1) можемо

підкреслити позитивну динаміку щодо збільшення капітальних інвестицій у нематеріальні активи в останні роки, що свідчить про певне зміщення акценту, що можна пов'язати із тенденціями неомодернізаційного оновлення [1]. Проте, незважаючи на зростання вартості інвестицій



Рис. 1. Принципи стратегічного управління інвестиційною стратегією транспортних підприємств

Джерело: розроблено автором за даними [5; 9]

Таблиця 1

Структура капітальних інвестицій підприємств за 2012–2021 рр., тис. грн

Роки	Капітальні інвестиції – усього	капітальні інвестиції у матеріальні активи	капітальні інвестиції у нематеріальні активи
2012	229487189	222268879	7218310
2013	216986932	207615177	9371755
2014	178384897	172188937	6195960
2015	213478158	196400248	17077910
2016	281667897	271800891	9867006
2017	359159803	344848761	14311042
2018	471115542	437427999	33687543
2019	524474074	504463269	20010805
2020	398478079	377934221	20543858
2021	536338858	509537804	26801054

Джерело: складено автором за даними [6]

у нематеріальні активи, їх частка у загальній вартості інвестицій є незначною.

Формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств в контексті неомодернізаційних тенденцій повинно передбачати формування інвестиційних ресурсів та визначення стратегічних напрямів форм інвестиційної діяльності. Відповідно, базис належної ефективності лежить в полі забезпечення належного інвестиційного проєктування з урахуванням можливості впровадження новітніх досягнень науки й техніки, що забезпечується науковою підсистемою. Виходячи з цього на рис. 2 представлено концептуальна схема формування інвестиційної стратегії підприємства в контексті неомодернізаційних тенденцій.

Виходячи із сучасних умов господарювання, для розвитку економіки України в умовах війни та сприянню відновленню важливим є формування відповідних інструментів, зокрема і в контексті поживлення інвестиційної діяльності шляхом узагальнення досвіду міжнародних інституцій із трансформуванням цього досвіду в контексті війни. Активізації інвестиційної активності сприятимуть подальші інституційні реформи, належна антикорупційна політика, створення сприятливого податкового середовища для інвестицій, підвищення ефективності корпоративного управління, запровадити страхування ризиків, розвиток інструментів державної підтримки, активне просування вітчизняних товарів [8].

Таким чином, формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств з урахуванням неомодернізаційних тенденцій повинно бути спрямоване на виконання таких завдань [2, с. 51]:

– забезпечення узгодженості інвестиційних потреб із станом розвитку транспортної галузі та позиціями підприємства в ній, техніко-технологічними запитами, особливостями інноваційної спрямованості розвитку підприємства;

– забезпечення стратегічної та поточної максимізації інвестиційного прибутку транспортного підприємства;

– зведення інвестиційних ризиків до мінімуму;

– забезпечення оптимального фінансового стану транспортного підприємства в процесі здійснення інвестиційної діяльності;

– підтримання відповідного рівня ліквідності інвестицій транспортного підприємства;

– забезпечення підбору ефективних інструментів оцінки, прогнозування і проєктування та відповідних шляхів у напрямі ефективного здійснення інвестиційної діяльності.

Висновки. В контексті обґрунтування неомодернізаційної концепції формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств прослідковуються ряд стримуючих чинників, таких як політична воля, податковий та адміністративний тиск на суб'єкти господарювання, нормативно-законодавча нестабільність, відсутність розробленої належної стратегії щодо залучення інвестицій, неврегульованість питань у полі захисту прав власності інвесторів та інші. Все це зумовлює необхідність якнайшвидшого пошуку і запровадження тих заходів, що сприяли б пришвидшенню притоку іноземного та вітчизняного капіталу в економіку України, що дозволило б покращити розвиток пріоритетних сфер національної економіки, особливо це актуально в період відбудови. Інвестиційна стратегія повинна бути конкурентною, а її якість залежить від ряду параметрів, які повинні бути враховані при її формування, це зокрема вплив факторів бізнес-середовища, рівень ризику, рівень ефективності та інші. Неомодернізаційна концепція формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств повинна бути дотичною до інноваційної складової в контексті врахування у загальних стратегічних цілях підприємства інноваційно-цифровізаційно-модернізаційного вектору змін на сучасному етапі.

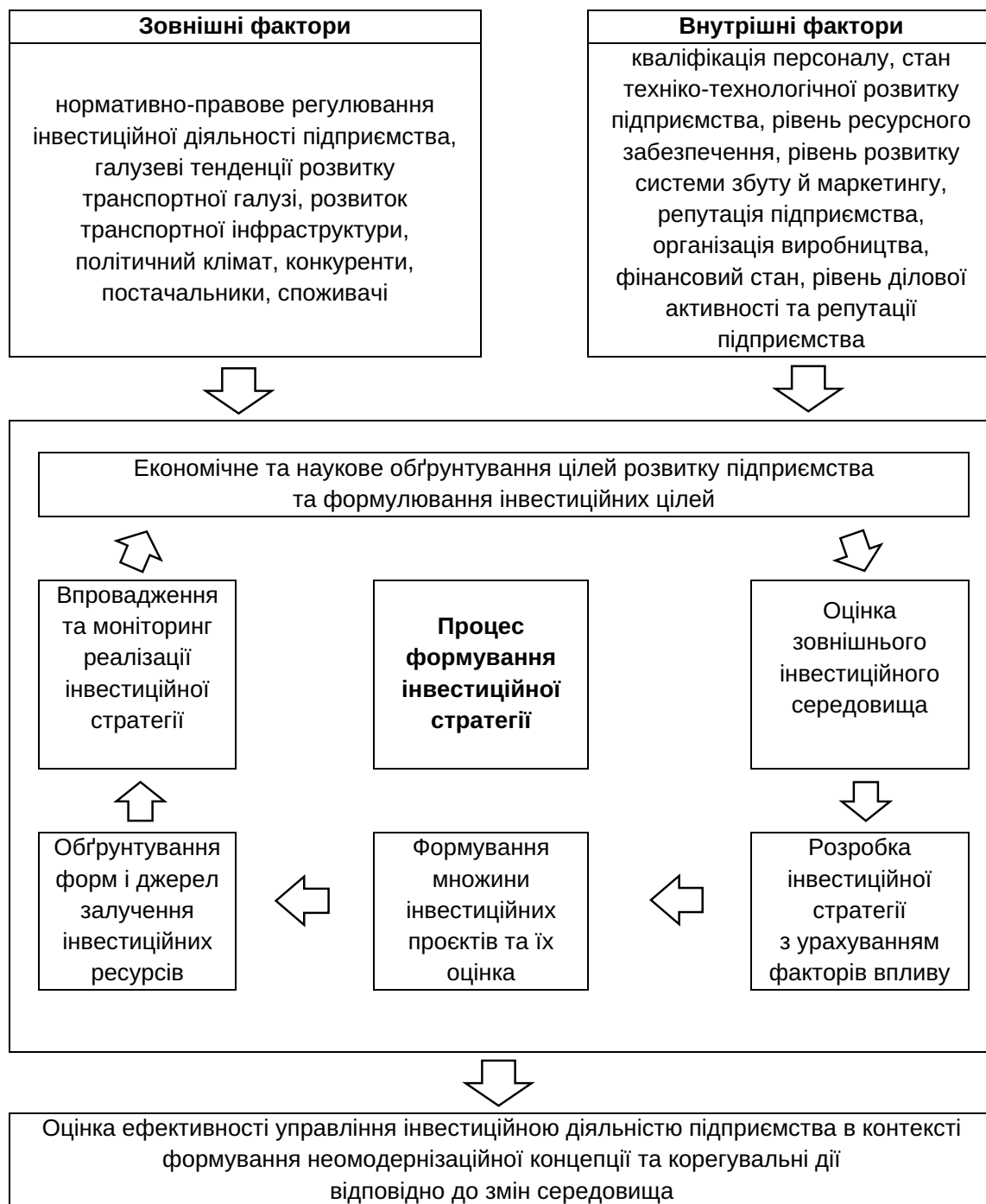


Рис. 2. Концептуальна схема формування інвестиційної стратегії підприємства в умовах неомодернізаційних змін

Джерело: розроблено автором

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Атамась Г., Петренко О. Інвестиційна діяльність підприємств у короно-кризисних умовах. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 2 (75). С. 7–14.
2. Вовк О.М., Ковальчук А.М., Кривенко В.О. Концептуальні основи забезпечення ефективності інвестиційної діяльності транспортних підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: «Економіка і менеджмент»*. 2020. № 42. С. 50–54.
3. Гаврилова Н. В. Формування інвестиційної стратегії транспортних підприємств. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/42032244.pdf>.

4. Галько Л. Р. Інвестиційна діяльність підприємства: стратегія і тактика управління. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 31. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-63>.
5. Діденко Є. О., Гапич О. В. Управління інвестиційною стратегією підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.64.
6. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Сімкова Т. О., Байда О. К. Формування системи управління інвестиційною діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2020. № 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.119.
8. Щодо стану інвестиційних процесів в економіці України та шляхів їх активізації. URL: https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/503439_shchodo_stanu_investitsiynih_protseviv.html.
9. Kovalchuk A. M., Safonik N. P. Zaliznyuk V. P. Strategic management of adaptation of enterprises innovation activity of to the conditions of the sustainable development. *Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2021. pp. 679–692. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-37>.
10. Ареф'єва О. В., Вовк О. М., Посипайко Є. А. Інтенсифікація формування матеріально-технічного забезпечення підприємства в умовах неоіндустріальної модернізації. *Економічний вісник Національного гірничого університету*. 2020. URL: https://ev.nmu.org.ua/docs/2020/2/EV20202_123-131.pdf.

REFERENCES:

1. Atamas H., Petrenko O. (2022) Investytsiina diialnist pidpriemstv u korono-kryzysnykh umovakh [Investment activity of enterprises in corona-crisis conditions]. *Galician Economic Herald*, 2(75). P. 7–14.
2. Vovk O. M., Kovalchuk A. M., Kryvenko V. O. (2020) Conceptual foundations of ensuring the efficiency of investment activities of transport enterprises [Conceptual foundations of ensuring the efficiency of investment activities of transport enterprises]. *Scientific Bulletin of the International Humanitarian University. Series: "Economics and Management"*, 42. P. 50–54.
3. Havrylova N. V. Formuvannia investytsiinoi stratehii transportnykh pidpriemstv [Formation of the investment strategy of transport enterprises]. Available at: <https://core.ac.uk/download/pdf/42032244.pdf>.
4. Halko L. R. (2021) Investytsiina diialnist pidpriemstva: stratehiia i taktyka upravlinnia [Investment activity of the enterprise: management strategy and tactics]. *Economy and society*, vol. 31. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-31-63>.
5. Didenko Ye. O., Hapich O. V. (2019) Upravlinnia investytsiinoiu stratehiieiu pidpriemstva [Management of the investment strategy of the enterprise]. *Efficient economy*, vol. 12. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.12.64.
6. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy [Official website of the State Statistics Service of Ukraine]. Available at: <https://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Simkova T. O., Baida O. K. (2020) Formuvannia systemy upravlinnia investytsiinoiu diialnistiu pidpriemstva [Formation of the system of management of the investment activity of the enterprise]. *Efficient economy*, vol. 12 DOI: 10.32702/2307-2105-2020.12.119.
8. Shchodo stanu investytsiinykh protseviv v ekonomitsi Ukrainy ta shliakhiv yikh aktyvizatsii [Regarding the state of investment processes in the economy of Ukraine and ways of their activation]. Available at: https://lb.ua/blog/bogdan_danylysyn/503439_shchodo_stanu_investitsiynih_protseviv.html.
9. Kovalchuk A. M., Safonik N. P. Zaliznyuk V. P. Strategic management of adaptation of enterprises innovation activity of to the conditions of the sustainable development. *Economics, management and administration in the coordinates of sustainable development: Scientific monograph*. Riga, Latvia: Baltija Publishing, 2021. pp. 679–692. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-157-2-37>.
10. Arefieva O. V., Vovk O. M., Posypaiko Ye. A. (2020) Intensyfikatsiia formuvannia materialno-tekhnichnoho zabezpechennia pidpriemstva v umovakh neoindustrialnoi modernizatsii. [Intensification of material and technical support formation of an enterprise in the conditions of neoindustrial modernization]. *Ekonomichnyi visnyk Natsionalnoho hirnychoho universytetu*. Available at: https://ev.nmu.org.ua/docs/2020/2/EV20202_123-131.pdf.

ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ

TASKS AND DIRECTIONS OF IMPROVING WORK ORGANIZATION AT ENTERPRISES OF THE HOTEL INDUSTRY

Петлін І.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри готельно-ресторанної справи та харчових технологій,
Львівський національний університет імені Івана Франка

Petlin Iryna

Ivan Franko National University of Lviv

У науковій публікації досліджено сутність поняття «організація праці» та підходи до його трактування. Обґрунтовано необхідність побудови ефективної системи організації праці на усіх рівнях управління (макро-, мезо-, мікро) як передумови подолання кризових явищ та деструктивних процесів в економіці. Окреслено завдання організації праці на макро-, мезо-, мікрорівнях. Обґрунтовано напрями вдосконалення праці на підприємствах готельної індустрії, які зводяться до раціональний розподіл виконуваних робіт для забезпечення ефективного їх виконання; впровадження передових прийомів і методів праці; професійна підготовка і підвищення кваліфікації кадрів; нормування і стимулювання праці; поліпшення умов праці; створення сприятливого психологічного клімату у колективі; раціоналізація режиму праці та відпочинку тощо. Запропоновано механізм управління ефективністю праці, який включає необхідні заходи на мікро, мезо- та макрорівнях з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища.

Ключові слова: організація праці, елементи організації праці, завдання організації праці, удосконалення організації праці, механізм підвищення ефективності праці.

The scientific publication examines the essence of the concept of "labor organization" and approaches to its interpretation. The need to build an effective labor organization system at all levels of management (macro-, meso-, micro) as a prerequisite for overcoming crisis phenomena and destructive processes in the economy has been substantiated. The tasks of labor organization at the macro-, meso-, and micro levels have been outlined. The tasks of macro-level labor organization are prevention of economic and social losses, ensuring the most complete use of labor resources of society, redistribution of labor resources between industries and regions of the country. At the meso level, the main tasks of labor organization are to ensure the maximum beneficial effect of human labor activity, taking into account specific working conditions. At the micro level, the main tasks of labor organization are to establish optimal criteria for the division and cooperation of labor; implementation of methods of overcoming monotony and increasing the meaningfulness of work; introduction of effective forms and methods of material and non-material stimulation; creation of decent working conditions to preserve human health and working capacity. The areas of improvement of work at the enterprises of the hotel industry have been substantiated, which boil down to the rational distribution of the performed work to ensure their effective performance; introduction of advanced techniques and work methods; professional training and advanced training of personnel; labor regulation and stimulation; improvement of working conditions; creation of a favorable psychological climate in the team; rationalization of the regime of work and rest, etc. A labor efficiency management mechanism has been proposed, which includes the necessary measures at the micro, meso, and macro levels, taking into account the influence of environmental factors. The goal of improving the organization of work at the macro level is to increase the efficiency of staff work in accordance with the principles of implementation of the state regulatory policy, taking into account the maximum possible positive results, which are aimed at ensuring a balance of the interests of business entities, citizens and authorities at the national level. At the meso level, the goal of improving the organization of personnel work is to increase the efficiency of personnel work in accordance with the principles of implementing regulatory policy in the field of industry production, the functioning of innovative scientific and industrial clusters, taking into account the maximum possible positive results, which are aimed at ensuring a balance of interests of business entities, citizens and authorities at the local level. At the micro level, the goal of improving the organization of personnel work is to increase the efficiency of the personnel of production enterprises in the conditions of innovative transformations of the economy with an emphasis on the use of a self-regulated compensation mechanism for rewarding the general innovative contribution of em-

ployees to the activity processes, their orientation towards maximizing added value, increasing the market value of the workforce due to improvement of professional and personal competencies, management of efficiency by goals based on a balanced system of indicators, integration of compensation payment processes with other processes of human capital management.

Key words: labor organization, elements of labor organization, task of labor organization, improvement of labor organization, mechanism of increasing labor efficiency.

Постановка проблеми. В умовах кризових явищ та деструктивних процесів в економіці знижується ефективність функціонування суб'єктів господарювання та ефективність праці персоналу. Це є вагомою причиною зниження конкурентоспроможності та інноваційної активності вітчизняних підприємств готельної індустрії. Тому вкрай актуальним на сьогоднішній день є удосконалення організації праці на цих підприємствах для забезпечення раціонального використання наявних ресурсів, зміцнення трудової дисципліни, активізації творчої активності персоналу, підвищення ефективності роботи персоналу та забезпечення ефективної роботи підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питанням організації праці присвячено багато досліджень як вітчизняних учених, так і закордонних зокрема. Цим питанням присвячені роботи: Білоконенко В. І., Богині Д. П., Грішнєвої О. А., Колота А. М., Фільштейн Л. М., А. Маршала, Г. Форда, Ф. Гілберта, Ф. Тейлора та ін. та ін. Результати досліджень, щодо питань удосконалення організації праці на основі мотивації працівників відображені у наукових роботах таких дослідників, як Данюк В. М., Дядечко Л. П., Кочеткова А. І., Онищенко О. М., Різник В. В., Дж. Адаір, Дж. С. Адамс, К. Альдерфер, В. Врум, Ф. Герцберг, Дж. Кайро, Е. Лок, Е. Лоулер, Д. Макклелланд, А. Маслоу, Л. Портер, Дж. Б. Уотсон та інших.

Мета статті. Метою статті є наукове обґрунтування необхідності, завдань та напрямів удосконалення організації праці на підприємствах готельної індустрії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Важливим напрямом забезпечення соціальної направленості ринкової економіки є побудова ефективної системи організації праці на усіх рівнях управління (макро-, мезо-, мікро). Належним чином організована праця є запорукою підвищення її продуктивності, оптимізації витрат виробництва при збереженні якості роботи, підвищення кваліфікації працівників та зростання конкурентоспроможності суб'єктів господарювання.

Організація праці (робочого місця, режиму робочого часу, безпеки тощо) та умов розвитку персоналу потребують суттєвого покращення, враховуючи новітні тренди на ринку праці – неперервний розвиток, мобільність, гнучкість, дистанційність, інноваційність, технологічність, глобальність. Керівництву підприємств необхідно формувати такі сучасні корпоративні

умови, які б посилювали відповідальність та усвідомлення можливостей кожним працівником свого кар'єрного зростання. Сам працівник є головним розпорядником власної стратегії кар'єрного просування.

На сьогодні існує чимало визначень організації праці (табл. 1).

Аналіз визначень поняття «організація праці» наведених у табл. 1 дозволяє виділити три підходи до його трактування:

1. Система заходів, що забезпечує раціональне використання персоналу, спрямованих на підвищення ефективності використання трудових процесів.

2. Спосіб поєднання безпосередніх виробників із засобами виробництва.

3. Систематична діяльність людей що до впровадження нововведень в існуючу організацію праці.

На рис. 1 відображено фактори впливу на організацію праці на підприємстві.

В залежності від дії зазначених чинників організація праці змінюється та удосконалюється.

Систему організації праці можна розглядати на макро-, мезо-, мікрорівнях.

Завдання організації праці на цих трьох рівнях відображено на рис. 2.

Тобто головними завданнями організації праці на макрорівні є запобігання економічних і соціальних втрат, забезпечення найбільш повного використання трудових ресурсів суспільства, перерозподіл трудових ресурсів між галузями та регіонами країни.

На мезорівні основні завдання організації праці полягають в забезпеченні максимально корисного ефекту від трудової діяльності людини з урахуванням конкретних умов праці.

На мікрорівні основними завданнями організації праці є встановлення оптимальних критеріїв поділу і кооперування праці; впровадження методів подолання монотонності і підвищення змістовності праці; впровадження ефективних форм і методів матеріального і нематеріального стимулювання; створення гідних умов праці для збереження здоров'я і працездатності людини.

Для вирішення завдань організації праці в масштабах національного господарства на макроекономічному рівні застосовуються прямі і непрямі регулятори, що враховують міру розвитку ринкових відносин. У межах підприємства головне значення для організації праці мають питання правильного розподілу працівників у виробництві на основі раціонального поділу

Сутність поняття «організація праці»

Автор	Сутність визначення
Білоконенко В. І. [1]	Організація праці – це система заходів, що забезпечує раціональне використання робочих кадрів, яка включає відповідне розміщення людей у процесі виробництва, поділ на ланки, методи виконання робіт, нормування й стимулювання праці, організацію робочих місць, їх обслуговування й необхідні умови праці
Ваганова І. М. [2]	Організація праці – система заходів, спрямованих на підвищення ефективності використання трудових процесів шляхом їх впорядкування
Виноградський М. Д. Шканова О. М. [3]	Організація праці – приведення трудової діяльності людей у певну систему, що характеризується внутрішньою впорядкованістю, узгодженістю і спрямованістю взаємодії для реалізації спільної програми та цілі
Грیشнова О. А. [4, с. 336]	Організація праці повинна розглядатися з двох сторін: по-перше, як стан системи, що складається з конкретних взаємопов'язаних елементів і відповідає цілям виробництва; по-друге, як систематична діяльність людей що до впровадження нововведень в існуючу організацію праці для узгодження її з досягнутим рівнем розвитку науки, техніки і технології
Завіновська Г. Т. [5, с. 119]	Організація праці – це спосіб поєднання безпосередніх виробників із засобами виробництва з метою створення сприятливих умов для одержання високих кінцевих соціально-економічних результатів
Золотарева Т. Н. [6]	Організація праці – це впорядкована система взаємодії працівників із засобами виробництва та один з одним в єдиному виробничому процесі
Фільштейн Л. М. [7, с. 74]	Організація праці – це складний технічний, технологічний, організаційний, соціальний процес. Від нього залежить стан організації виробництва, його кінцеві результати, ефективність і задоволення працівників своєю працею

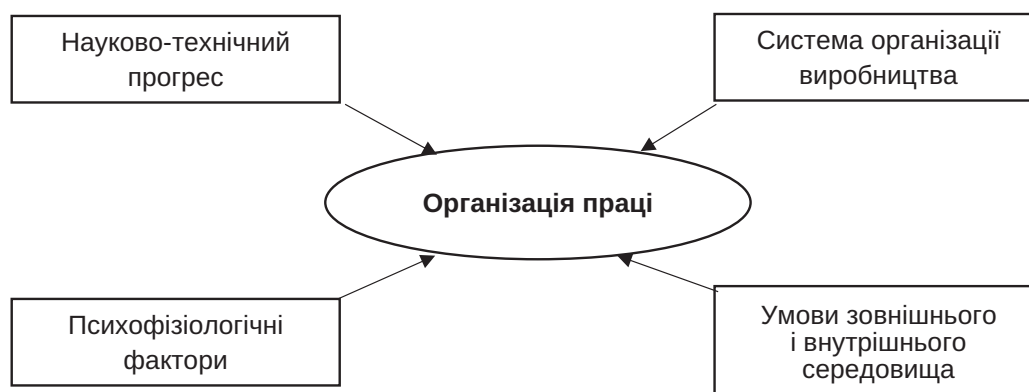


Рис. 1. Фактори впливу на організацію праці на підприємстві

Джерело: [6, с. 67]

праці і суміщення професій, спеціалізації і розширення зон обслуговування [2, с. 157–158].

Передумовою ефективного функціонування підприємств готельної індустрії є реалізація системного підходу до проблем проектування, своєчасного і якісного виконання усіх структурних елементів процесу організації праці.

Нами окреслено напрями вдосконалення праці на підприємствах готельної індустрії (рис. 3).

Для реалізації окреслених нами напрямів удосконалення організації праці на підприємстві варто створити центр з управління кадрами, в структуру якого включено відділ кадрів, бухгалтерія (нараховування та виплата заробітної плати), відділ

розвитку персоналу. Злагоджена робота кожного з підрозділів дозволить забезпечити ефективність процесу організації праці на підприємстві.

Головною місією центру управління кадрами є:

- підвищення кваліфікації працівників підприємства;
- постійний моніторинг за станом організації праці на підприємстві;
- інформування керівників про поточний стан організації праці на підприємстві;
- вивчення та впровадження передового досвіду організації праці;
- розробка заходів щодо підвищення рівня організації праці та забезпечення їх реалізації.

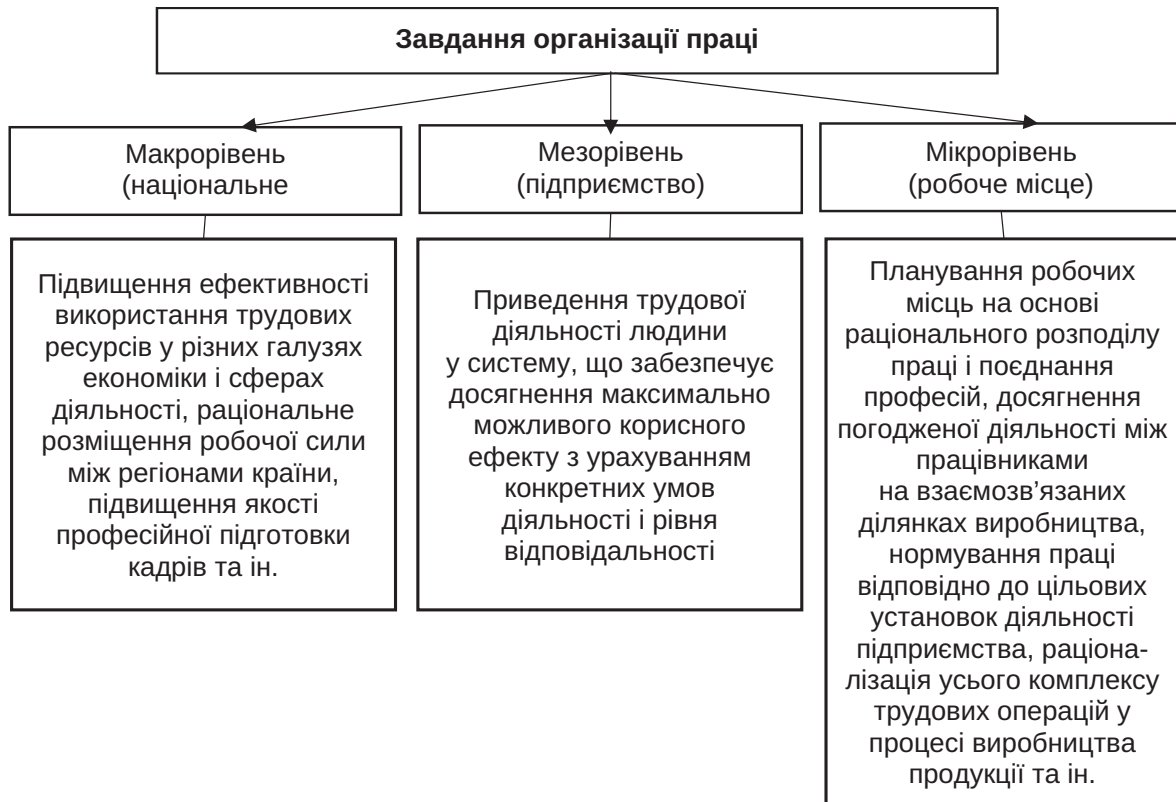


Рис. 2. Завдання організації праці

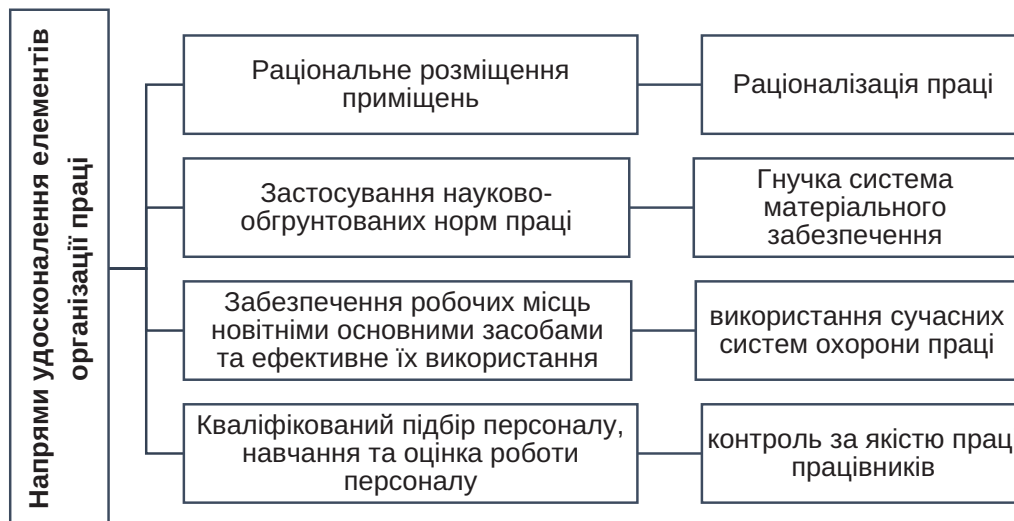


Рис. 3. Напрями удосконалення елементів організації праці

Отже, основними напрямками удосконалення організації праці на підприємствах готельної індустрії є:

- раціональний розподіл виконуваних робіт для забезпечення ефективного їх виконання;
- впровадження передових прийомів і методів праці;
- професійна підготовка і підвищення кваліфікації кадрів;

- нормування і стимулювання праці;
- поліпшення умов праці;
- створення сприятливого психологічного клімату у колективі;
- раціоналізація режиму праці та відпочинку тощо.

Враховуючи запропоновані нами напрями удосконалення організації праці вважаємо за необхідне запропонувати механізм управління

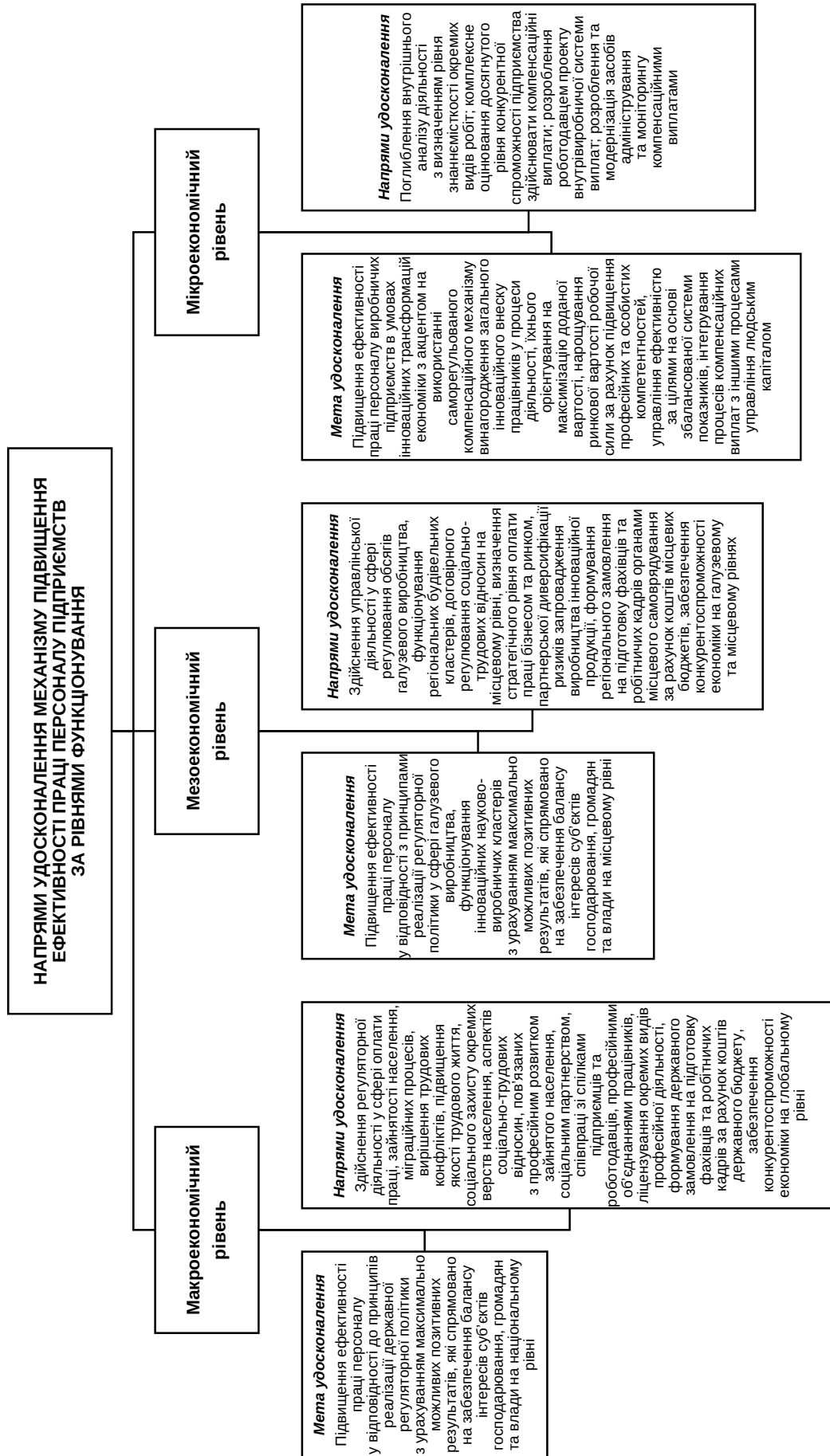


Рис. 4. Напрями удосконалення механізму підвищення ефективності праці персоналу підприємств готельної індустрії

ефективністю праці, який включає вжиття необхідних заходів на мікро, мезо- та макрорівнях та врахування впливу факторів зовнішнього середовища (рис. 4).

До напрямів удосконалення механізму підвищення ефективності праці на макрорівні належать:

- вдосконалення нормативно-правової бази з питань регулювання ринку праці та соціально-трудова відносин;
- гармонізація вітчизняних законодавчо-нормативних актів з міжнародними вимогами і стандартами;
- забезпечення належних умов праці;
- вивчення та впровадження світового досвіду підвищення ефективності праці персоналу;
- забезпечення взаємовигідної взаємодії уряду, бізнесу, науки й освіти та громадянського суспільства;
- створення умов для трансферу освітньо-професійних знань в системі «освіта – наука – виробництво»;
- використання роботодавцями прогресивної системи компенсаційних виплат;
- забезпечення надійної системи соціального захисту працівників;
- підвищення рівня якості трудового життя працівників.

Мезоскладова механізму підвищення ефективності праці персоналу полягає у здійсненні регулятивного впливу зі сторони органів місцевого самоврядування, стейкхолдерів стосовно підвищення ефективності праці в межах регіону.

На цьому рівні основними напрямками вдосконалення механізму підвищення ефективності праці виступають:

- формування стратегій і програм розвитку галузей та регіонів;
- активізація взаємодії на регіональному рівні органів державної влади й місцевого самоврядування, бізнес-структур, освітніх і наукових установ, громадських об'єднань з питань формування прогресивної структури компенсаційних виплат працівникам;
- реалізація шляхів підвищення ефективності праці в закладах сфери гостинності;
- створення сприятливих умов щодо впровадження інноваційних технологій закладами гостинності;

– моніторинг впливу механізму підвищення ефективності праці в галузі/регіоні.

Мікроекономічна складова передбачає ужиття таких заходів щодо підвищення ефективності праці:

- диференціація системи оплати праці залежно від продуктивності праці працівника, кваліфікації та внеску в загальний результат підприємства;
 - широке використання сучасних методик визначення показників реальної внеску персоналу у результати кінцевої діяльності підприємства;
 - забезпечення використання інноваційних знань та новітніх технологій;
 - впровадження методів інтелектуалізації діяльності персоналу;
 - розробка системи стимулів, спрямованих на підвищення ефективності праці персоналу підприємств готельної індустрії;
 - поєднання матеріальних та нематеріальних форм стимулювання трудової діяльності;
 - підвищення зацікавленості персоналу у продуктивній праці;
 - забезпечення професійного розвитку персоналу підприємств;
 - формування сприятливого психологічного клімату в колективі;
 - впровадження системи гнучких індивідуальних пільг;
 - диверсифікація системи соціальних благ (оплата навчання, проїзду, харчування, лікування, оздоровлення, страхування, пільгове кредитування, надання додаткових відпусток тощо).
- Висновки.** Аргументовано, що основними напрямками удосконалення організації праці на підприємствах готельної індустрії є: раціональний розподіл виконуваних робіт для забезпечення ефективного їх виконання; впровадження передових прийомів і методів праці; професійна підготовка і підвищення кваліфікації кадрів; нормування і стимулювання праці; поліпшення умов праці; створення сприятливого психологічного клімату у колективі; раціоналізація режиму праці та відпочинку тощо. Враховуючи запропоновані напрями удосконалення організації праці обґрунтовано механізм управління ефективністю праці, який включає реалізацію заходів на мікро, мезо- та макрорівнях з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища, що є необхідною умовою прогресу і розвитку виробництва.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білоконенко В. І. Організація праці : конспект лекцій. Харків : Вид. ХНЕУ, 2004. 136 с.
2. Ваганова І. М. Управлінські аспекти організації праці. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція*. 2021. № 49. С. 117–120.
3. Виноградський М. Д., Шканова О. М. Організація праці менеджера : навч. посібн. Київ : Кондор, 2002. 518 с.
4. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудова відносини : підручник. Київ : Знання. 2009. 390 с.
5. Завіновська Г. Т. Економіка праці : навч. посіб. Київ : ХНЕУ, 2003. 300 с.
6. Золотарева Т. Н., Бритченко Г. І. Організація труда менеджера: Теорія, методика, практика : монографія. Донецьк : ДГУЕТ, 2003. 100 с.

7. Решміділова С. Л., Мул Н. А., Зелена М. І. Організація праці на підприємстві: основні завдання та напрями удосконалення. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4. Т. 3. С. 66–69.

REFERENCES:

1. Bilokonenko, V. I. (2004). Orhanizatsiia pratsi [Labour organization]. Kharkiv: Vyd-vo KhNEU.
2. Vahanova I. M. (2021). Upravlinski aspekty orhanizatsii pratsi. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Ser.: Yurysprudentsiia*. № 49. P. 117–120.
3. Vynohradskiyi, M. D. & Shkanova, O. M. (2002). Orhanizatsiia pratsi menedzhera [Labour organization manager]. Kyiv: Kondor.
4. Hrishnova O. A. (2009). *Ekonomika pratsi ta sotsialno-trudovi vidnosyny* [pidruchnyk]. Kyiv: Znannia.
5. Zavinovska, H. T. (2003). *Ekonomika pratsi* [Labor economics]. Kyiv: KNEU.
6. Zolotareva, T. N. & Britchenko G. I. (2003). *Organizatsiia truda menedzhera: Teoriia, metodika, praktika* [Labour organization manager: theory, methodology, practice]. Donetsk: DGUET.
7. Reshmidiлова, S. L., Mul, N. A., Zelena, M. I. (2009). Orhanizatsiia pratsi na pidpriemstvi: osnovni zavdannia ta napriamy udoskonalennia [The organization of labor in the enterprise: key challenges and areas for improvement]. *Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu*. № 4 (3). P. 66–69.

ІСТОРИКО-ЕВОЛЮЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА»

HISTORICAL AND EVOLUTIONARY TRANSFORMATION OF THE CONCEPT «ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE»

Равлінко З.П.

кандидат юридичних наук,
керівник юридичного відділу
Приватне підприємство «ТрояндаЗахід»

Ravlinko Zoryana

Private enterprise «Troyanda-Zachid»

Питання забезпечення економічної безпеки стоїть гостро в умовах кожного українського підприємства, що обумовлено як складністю застосування набутого досвіду через швидкі зміни умов ведення господарської діяльності, так й недостатнім рівнем теоретичних розробок. Здійсненні узагальнення дозволили визначити та охарактеризувати основні етапи в зміні ставлення бізнесу до суті економічної безпеки. З'ясовано, що сьогоднішній етап характеризується не лише розумінням важливості безпекової діяльності як основи функціонування й розвитку бізнесу, але й трансформацією загалом засад організації бізнесу, де функції суб'єктів безпеки не обмежуються фізичним захистом майна, а дотичні до вирішення абсолютно усіх проблем, які виникають у внутрішньому й зовнішньому середовищі підприємства. Виявлено, що сьогодні водночас існують та мають практичне застосування як мінімум шість підходів у розумінні поняття «економічна безпека підприємства». Критичний розгляд основних підходів дозволив обґрунтувати авторську позицію, яка осучаснює розуміння економічної безпеки підприємства та є підставою для подальшого поступу в удосконаленні методологічних засад безпекової діяльності на мікрорівні.

Ключові слова: економічна безпека, загроза, ризик, небезпека, інтерес.

The issue of ensuring economic security is acute in the conditions of every Ukrainian enterprise, which is caused both by the difficulty of applying the acquired experience due to rapid changes in the conditions of conducting economic activity, and by the insufficient level of theoretical developments. The generalization made it possible to identify and characterize the main stages in the change of business attitude to the essence of economic security. It was found that today's stage is characterized by an understanding of the importance of security activities as the basis of business functioning and development. It was determined that there is also a transformation of the principles of business organization, where the functions of security subjects are not limited to the physical protection of property, but are tangential to the solution of absolutely all problems that arise in the internal and external environment of the enterprise. The purpose of the study was to identify the main stages in the change of views on the essence of the concept of "economic security of the enterprise" with the characteristics of modern approaches and justification of the author's position. In order to find out the parameters of the historical and evolutionary transformation of the concept of "economic security of the enterprise", the following methods were used: induction and deduction, comparison and systematization – in the study of the essential characteristics of the term "economic security of the enterprise"; synthesis and analysis – to characterize the stages in the change of views regarding the priority tasks of the economic security of the enterprise; morphological analysis – for consideration of the content of key approaches in the interpretation of the concept of "economic security of the enterprise" and justification of the author's position; graphic – for visual presentation of theoretical and methodical material; abstract-logical – for theoretical generalizations and research conclusions. It was found that at least six approaches to understanding the concept of "economic security of an enterprise" exist and have practical application at the same time. Critical consideration of the main approaches ("protection against internal and external threats for the stable functioning of the enterprise", "harmonization of interests, in particular internal and external subjects in order to avoid changes in the level of security of the enterprise", "maintaining the stability of the functioning of the enterprise", "promoting stable development through countermeasures threats", "effective use of corporate resources for the implementation of protective measures by security entities", "activity in ensuring favorable development conditions through the use of a wide range of available tools") allowed to justify the author's position, which modernizes the understanding of economic security of the enterprise and is the basis for further progress in improving methodological principles of security activities at the micro level.

Key words: economic security, threat, risk, danger, interest.

Постановка проблеми. В поточних умовах українські підприємства вільні у визначенні економічної політики, просуванні продукції на внутрішнього й зовнішньому ринках, покращенні конкурентних позицій й займанні місця в глобальних ланцюгах створення доданої вартості, активності на фінансовому ринку та у взаємодії з органами державної влади й місцевим самоврядуванням тощо. Поруч з цим все гостріше стає проблема забезпечення економічної безпеки, яка повинна уможливити використання ринкових можливостей, при цьому підтримуючи стійкість підприємства як системи та створюючи захисні редути для протидії впливу дестабілюючих факторів. Виходячи з наявного досвіду в умовах більшості підприємницьких структур функціонують різного рівня складності системи економічної безпеки. Унікальність кожної такої системи спричинена специфікою фінансово-господарської діяльності підприємства та переліком завдань, що ставляться перед суб'єктами безпеки. Попри певний поступ в захисті бізнесу, висока динамічність змін зовнішнього середовища та необхідність постійного коригування внутрішньогосподарських процесів вимагають удосконалення безпекової діяльності, що неможливо без відповідно сформованого теоретичного базису, який би в подальшому був широко застосований на практиці.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика забезпечення економічної безпеки підприємства знайшла відображення в публікаціях таких науковців як С. Дубецька [1], М. Камлик [3], Ю. Кім [4], Д. Ковалев [5], Г. Козаченко [6], О. Ляшенко [6], С. Покропивний [2], В. Пономарьов [6], Т. Сухорукова [5] та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Відсутність можливості запозичення іноземного досвіду через суттєво відмінні умови функціонування українських підприємств надали поштовх до вивчення й формування теоретичних засад забезпечення їх економічної безпеки. В межах відносно короткого проміжку часу мала місце трансформація поглядів на сутність поняття «економічна безпека підприємства» через розширення спектру завдань, які ставилися перед суб'єктами безпеки. Сьогоднішній етап характеризується продовженням видозмінення поглядів на економічну безпеку, тепер як базову умову існування й розвитку кожного підприємства, що потребує активного здійснення подальших наукових розвідок.

Метою дослідження стало виявлення основних етапів у зміні поглядів на сутність поняття «економічна безпека підприємства» із характеристикою сучасних підходів та обґрунтуванням авторської позиції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Наукове пізнання суті поняття «економічна безпека підприємства» в Україні в часі збіглося із розпадом Радянського Союзу. Зазначено можна пояснити кількома обставинами. Перш за все

йдеться про той факт, що в командно-адміністративній економіці домінуючою була економічна безпека держави, оскільки діяльність кожного підприємств була абсолютно регламентована планами правлячої партії, а майно належало державі. Фактично були відсутні зовнішні загрози, а внутрішні у вигляді крадіжок чи втрат від стихійних лих покривалися за рахунок державного бюджету. В кадровій політиці, як стосовно вибору асортименту продукції й ринку збуту, ініціатива належала органам державної влади. Загроза банкрутства як така не існувала. Питання безпеки зводилось до фізичної охорони території та роботи окремого відділу, що відповідав за виявлення ідеологічних злочинів. Зазначене загалом пояснює неготовність тодішніх директорів середніх та великих підприємств, частка яких була домінуючою в економіці, до самостійної діяльності без державної опіки. Іншою не менш важливою обставиною стало те, що процес запозичення іноземного досвіду не міг бути реалізований через суттєво відмінні умови функціонування українських підприємств та іноземних компаній. Багатоетапність приватизаційного процесу, яка була пов'язана із широким застосуванням корупційних схем задля заволодіння контролю над конкурентоспроможними підприємницькими структурами, у поєднанні із політичною, соціальною й економічною нестабільністю ускладнювали як теоретичне обґрунтування, так й практичну реалізацію безпекової діяльності. Умовно в межах 1990–2010 рр. можна виділити кілька етапів у зміні пріоритетів забезпечення економічної безпеки українських підприємств. Після орієнтації суб'єктів безпеки виключно на фізичному захисті майна, до їх завдань уже на початку 90-х додалося збереження комерційної інформації, що було спровоковано як відсутністю відповідної законодавчої бази, так й загостренням конкурентної боротьби між колишніми державним підприємствами за виготовлення перспективної для експорту продукції, розробки якої велися ще за часів Радянського Союзу. Наступний етап, початок якого умовно можна визначити як друга половина 90-х років, характеризувався актуалізацією організації захисту підприємств від зовнішніх загроз, серед яких чільне місце займали кримінальні угруповання та корупціонери з числа представників органів державної влади. Лише з початку 2000-х об'єктом служби безпеки більшості підприємств стали не лише зовнішні, але й внутрішні загрози, основним джерелом яких був визначений персонал в особі менеджерів, що використовували своє положення із завданням шкоди для корпоративних інтересів, та рядових працівників, які недостатньо високу за розміром оплату праці намагалися компенсувати дрібними крадіжками майна. Останній, актуальний і сьогодні етап, можна охарактеризувати як такий, що передбачає комплексний підхід до здійснення безпекової діяльності,

в межах якого враховуються особливості господарської діяльності певного підприємства при формуванні відповідної служби безпеки, передбачається взаємовигідна співпраця із зовнішніми суб'єктами безпеки, увага концентрується на високому рівні функціональної структуризації в розробленні й реалізації захисних заходів із опорою на отримання достовірного й своєчасного інформаційного забезпечення. Попри певний поступ в організації безпекової діяльності проблемною залишається недостатньо висока швидкість своєчасного покращення системи економічної безпеки більшості підприємств, коли дії орієнтовані на ліквідацію наслідків, а не реалізацію комплексу заходів на випередження, що в більшості пов'язано із певними прогалинами в теоретичному базисі й необхідності використання набутого досвіду, який втрачає актуальність під тиском високого динамізму господарських процесів. Ілюстрацією зазначеного є одночасна поширеність доволі значної кількості визначень самого терміну «економічна безпека підприємства», що загалом ускладнює сприйняття безпекової діяльності. За результатами ретельного ознайомлення із доробком українських науковців було виділено кілька ключових підходів, що мають найбільшу кількість прихильників. В цьому моменті напрацювання іноземних дослідників нами не бралися до уваги через намагання максимально врахувати національну специфіку в безпекознавстві.

Перший підхід у розумінні суті поняття «економічна безпека підприємства» пов'язаний із здійсненням захисних заходів стосовно загроз, тобто в подальшому залишається актуальними ті моменти, що стали актуальними з початку 2000-х років. Д. Ковальов і Т. Сухорукова обґрунтовують необхідність розуміти під зазначеним терміном «...захищеність діяльності підприємства від негативних впливів зовнішнього середовища, а також здатність швидко усунути різноманітні загрози або пристосуватися до існуючих умов, які не позначаються негативно на його діяльності» [5, с. 48]. На нашу точку зору, адаптації потребують не лише позитивні зміни, що впливають на діяльність підприємства, але й певна частина загроз, яких не можна ліквідувати та досить успішно протидіяти. Суб'єкти безпеки повинні шукати оптимальні варіанти вирішення кожної складної проблеми, розробляючи рішення виходячи із наявного ресурсного забезпечення та можливих результатів реалізації загрози.

Зміст другого підходу доволі чітко представлено у визначенні економічної безпеки підприємства, що стало результатом наукового пошуку Г. Козаченко, В. Пономарьова та О. Ляшенко, які доводять необхідність розуміти зазначене поняття як «...міру гармонізації в часі і просторі економічних інтересів підприємства з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішнього середовища, що діють за межами підприємства» [6, с. 87]. Зважаючи на зроблене

стосовно першого підходу застереження, можна погодитися із важливістю узгодження інтересів. Водночас концентрація уваги виключно на інтересах дещо звужує поле діяльності суб'єктів безпеки, залишаючи поза увагою загрози, ризики, потребу відстеження змін із подальшим розробленням й реалізацією адаптаційних процедур стосовно усього підприємства тощо.

Серед науковців є певна група прихильників застосування класичного розуміння безпеки як стійкості системи і стосовно мікрорівня. Так, С. Дубецька аргументовано доводить необхідність розуміння під економічною безпекою підприємства «...стану об'єкта в системі його зв'язків, з точки зору його стійкості (самовиживання) та розвитку в умовах внутрішніх і зовнішніх загроз, непередбачуваних дій та складно прогнозованих чинників» [1, с. 150]. Погорджуючись із важливістю підтримання стійкості системи як ключової умови збереження цілісності, вважаємо, що не менш актуальним для суб'єктів безпеки повинно бути й питання створення сприятливих умов для розвитку підприємства задля збереження конкурентних позицій у відповідності до швидко змінюваної ситуації на ринку. Такі аспекти доволі ретельно викладені в межах четвертого підходу, представником якого можна вважати М. Камлика, який тлумачить поняття, що розглядається, як «...стан розвитку суб'єкта господарювання, який характеризується стабільністю економічного та фінансового розвитку, ефективністю нейтралізації негативних факторів і протидії їх впливу на всіх стадіях його діяльності» [3, с. 9]. В межах цього підходу науковці акцентують увагу на необхідності забезпечення стабільного розвитку підприємства, водночас наполягаючи на можливості протидії загрозам, що в реальних умовах не завжди можливо застосувати. На нашу точку зору, для українських підприємств більш прийнятним є варіант гнучкого реагування із пошуком можливостей реалізації превентивних заходів, тобто випереджаючи певні події, що можуть мати негативні наслідки.

Один із доволі поширених підходів отримав назву «ресурсно-функціональний», оскільки в його межах економічна безпека підприємства пов'язується із наявністю й ефективністю використання корпоративних ресурсів. Для прикладу, С. Поропівний з цієї позиції пропонує розуміти поняття, що розглядається як «...певний стан корпоративних ресурсів і підприємницьких перспектив, за яких забезпечується найбільш ефективно їх використання для стабільного функціонування і динамічного розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім загрозам» [2, с. 49]. Вважаємо, що ресурсне забезпечення відіграє важливу роль в процесі реалізації заходів щодо недопущення розвитку, протидії та ліквідації наслідків загроз, але водночас концентрація уваги суто на ефективності використання корпоративних ресурсів, що присутня у процитованому визначенні, дещо коригує саму суть

безпекової діяльності, яка заходить в площину відповідальності менеджменту, який повинен опікуватися досягненням інтересів підприємства в частині виконання поставлених тактичних й стратегічних завдань.

Якщо попередньо розглянуті підходи в більшості тяжіли до пасивного сприйняття

безпеки через орієнтацію на збереження стійкості у функціонуванні підприємства, то наступний суттєво відрізняється через домінування активності суб'єктів безпеки. Ю. Кім виходячи з цих моментів пропонує розглядати економічну безпеку підприємства як «...комплекс організаційно-управлінських, технологічних, технічних,

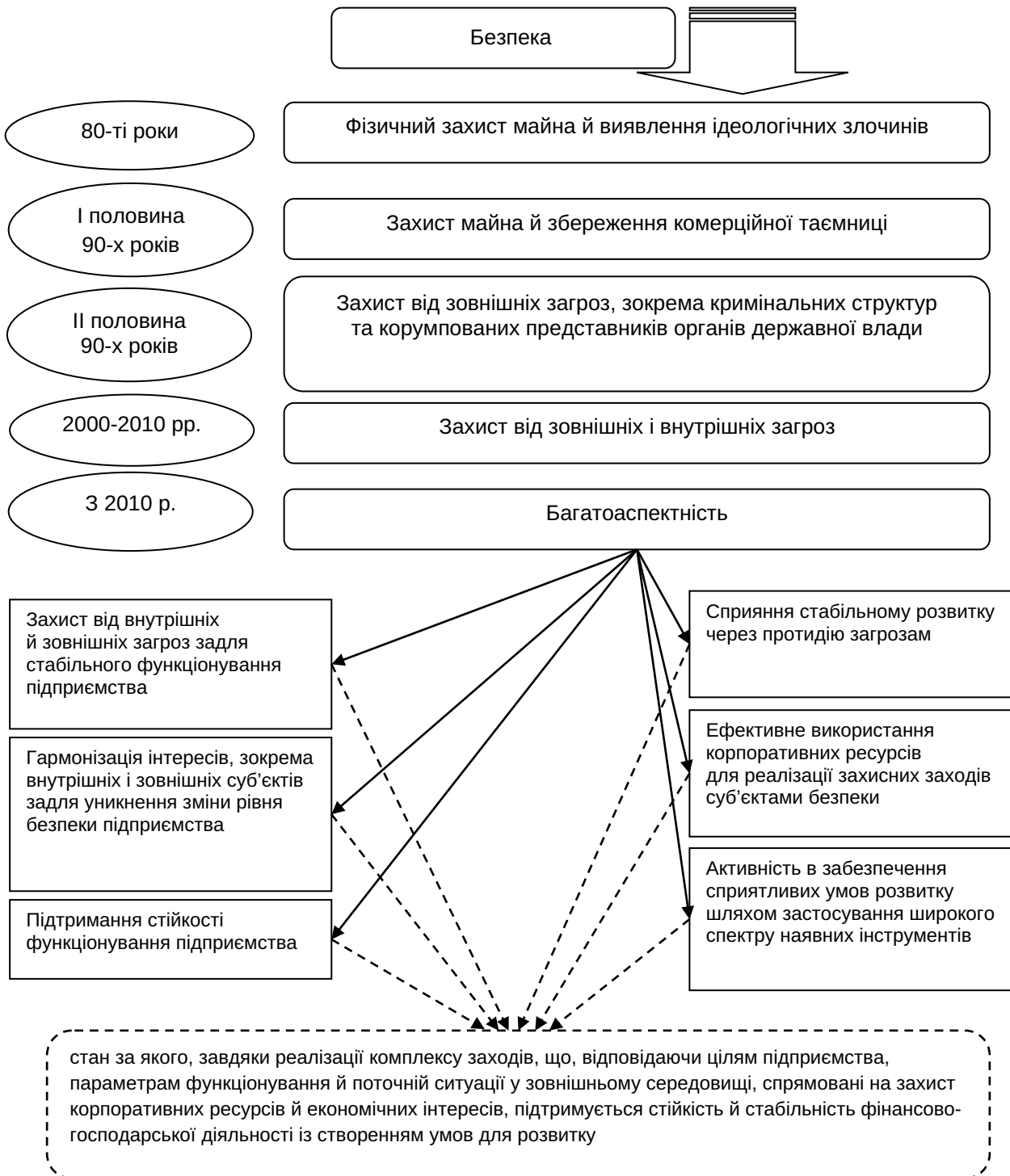


Рис. 1. Етапність у розвитку сприйняття сутності поняття «економічна безпека підприємства»

Джерело: сформовано автором

профілактичних і маркетингових заходів, спрямованих на кількісну і якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз» [4, с. 38]. Таке бачення формує уявлення про динамічність безпекової діяльності, яка проявляється в ініціативності суб'єктів безпеки щодо усіх аспектів функціонування підприємства, де на першому плані є питання безпеки і вирішення усіх поточних завдань можливо лише виходячи із розгляду наслідків їх досягнення й впливу на економічну безпеку. Водночас таке спрямування залишає без належної уваги питання стійкості самого підприємства та стабільності його функціонування, тобто відсутня гармонізація, яка сприяє цілісному вирішенню усіх проблем на кожному етапі розвитку.

Послідовно розглядаючи сутність кожного підходу нами була не лише конкретизована спрямованість, але й виявлені неузгодженості, що гальмують їх активне використання. Отримані результати узагальнені в графічному варіанті (рис. 1) із подальшим формуванням власних міркувань щодо осучасненого варіанту сприйняття економічної безпеки підприємства як стану за якого, завдяки реалізації комплексу заходів, що, відповідаючи цілям підприємства, параметрам функціонування й поточній ситуації у зовнішньому середовищі, спрямовані на захист корпоративних ресурсів й економічних інтересів, підтримується стійкість й стабільність фінансово-господарської діяльності із створенням умов для розвитку. Потрібно підкреслити, що авторський

варіант містить елементи існуючих підходів, при цьому усунуті суперечливі моменти. Чітко прослідковується спрямованість на необхідність врахування унікальності кожного підприємства, динамічності змін, збереження стійкості та створення безпечних умов для розвитку.

Висновки. Послідовне усвідомлення необхідності приділення максимальної уваги питанням забезпечення безпеки сформували у представників бізнесу потребу в розробленні теоретичного базису, що максимально відповідає реальним умовам ведення господарської діяльності в Україні. Складність процесу наукових розвідок в сфері безпекознавства полягає як у динамічності впливу зовнішніх й внутрішніх факторів на діяльність підприємств, так й постійний перегляд зони відповідальності суб'єктів безпеки.

На зміну початковому фізичному захисту майна сьогодні прийшло цілісне розуміння того, що усі зовнішні та внутрішні процеси в певній мірі пов'язані із питанням забезпечення безпеки. Ретельно проведене узагальнення дозволило як відстежити історико-еволюційну трансформацію поняття «економічна безпека підприємства», так і обґрунтувати власну позицію, яка об'єднує існуючі сьогодні підходи шляхом усунення суперечностей та виділення ключових пріоритетів на поточному етапі розвитку підприємництва. Подальші дослідження доцільно спрямувати на розроблення механізму забезпечення економічної безпеки в умовах військових дій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дубецька С. П. Економічна безпека підприємств України. *Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України* : матеріали наук.-практ. конф. Київ : Вид-во Європейського університету фінансів, інформаційних систем, менеджменту і бізнесу, 2003. С.146–172.
2. Економіка підприємства / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Київ : КНЕУ, 2001. 528 с.
3. Камлик М. І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко-правовий аспект. Київ: Атіка, 2005. 432 с.
4. Кім Ю. Г. Формування системи фінансової безпеки транспортно-експедиційного підприємства : монографія. Київ : ЗАТ «Дорадо», 2017. 170 с.
5. Ковалев Д., Сухорукова Т. Экономическая безопасность предприятия. *Економика України*. 1998. № 10. С. 48–51.
6. Козаченко Г.В., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення : монографія. Київ : Лібра, 2003. 280 с.

REFERENCES:

1. Dubetska S. P. (2003) Ekonomichna bezpeka pidpriyemstv Ukrainy [Economic security of enterprises of Ukraine]. Proceedings of the *Nederzhavna sistema bezpeky pidpriyemnytstva yak subiekt natsionalnoi bezpeky Ukrainy (Ukraine, Kyiv, April 1-2, 2003)*, Kyiv: Vyd-vo Yevropeiskoho universytetu finansiv, informatsiinykh system, menedzhmentu i biznesu, pp. 146–172.
2. Pokropyvnyi S. F. (ed) (2001) Ekonomika pidpriyemstva [Business Economics]. Kyiv: KNEU.
3. Kamlyk M. I. (2005) Ekonomichna bezpeka pidpriyemnytskoi diialnosti. Ekonomiko-pravovyi aspect [Economic security of business activity. Economic and legal aspect]. Kyiv: Atika.
4. Kim Yu. H. (2017) Formuvannia systemy finansovoi bezpeky transportno-ekspedytsiinoho pidpriyemstva [Formation of the financial security system of the transport and forwarding enterprise]. Kyiv: ZAT «Dorado».
5. Kovalev D., Sukhorukova T. (1998) Ekonomicheskaya bezopasnost' predpriyatiya [Economic security of the enterprise]. *Економика України*. № 10, pp. 48–51.
6. Kozachenko H. V., Ponomarov V. P., Liashenko O. M (2003) Ekonomichna bezpeka pidpriyemstva: sutnist ta mekhanizm zabezpechennia [Economic security of the enterprise: essence and mechanism of provision]. Kyiv: Libra.

ПРИЧИНИ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН ТА АДАПТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПРОТИСТОЯННЯ ЇМ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ

CAUSES OF STRATEGIC CHANGES AND ADAPTIVE POSSIBILITIES OF COUNTERING THEM IN THE PROCESS OF STRATEGY IMPLEMENTATION

Харчук О.Г.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Державний університет інфраструктури та технологій

Власова В.П.

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри менеджменту, публічного управління та адміністрування, Державний університет інфраструктури та технологій

Kharchuk Olena, Vlasova Valentyna

State University of Infrastructure and Technologies

В статті розкриті причини стратегічних змін, що вимагають швидкого реагування на них для подальшого розвитку організації та пошуку нових адаптивних підходів у процесі реалізації стратегії організації. Розкриті шляхи прискорення стратегічних змін в організації, а саме впровадження нових технологій, сегментів, каналів розподілу та переорієнтації ринку, також використання нових нормативних документів (контрактів, законів, рішень тощо) та раптових змін зовнішнього середовища (в ціні на товар, в курсі валют тощо). Розглянуті причини запізнювання реакції на зовнішні зміни, що впливають на розробку стратегії адаптації ситуації, що змінилася. До них відносяться: неувважність, період зволікання, скорочення витрат, примусова зміна та крутий поворот (конкретні зміни) в інвестиційній політиці. Приведені можливості протистояння змінам, а саме: скорочення запізнювання стратегічної реакції, ефективні управлінські інформаційні системи, використання стратегічних можливостей, пристосування організації (наприклад, реорганізація бізнесу, диверсифікація виробництва та ринків, пошук лідерів, які здібні на активні та рішучі дії), швидкі кадрові перестановки та виведення організації з кризи.

Ключові слова: стратегія, організація, зміни, адаптація, можливості, інформація, ситуація.

The article reveals the reasons for strategic changes, which require a quick response to them for the further development of the organization and the search for new adaptive approaches in the process of implementing the organization's strategy. Ways to accelerate strategic changes in the organization are revealed, namely: the introduction of new technologies, which will be used to produce goods with a new price and quality, new market segments where enterprises will be evaluated by the main competitors, new distribution channels and reorientation of the market, where the nature of demand is changing, the use of new regulatory documents (contracts, laws, decisions, etc.) and sudden changes in the external environment, manifested in the price of goods, in the exchange rate etc., or in political cataclysms that can cause changes in the organization's position on the market. The reasons for the delayed response to external changes affecting the development of a strategy for adapting to the changed situation are considered. These include: inattention, i.e. not paying attention in time to a decrease, for example, in sales volumes, a period of delay, when lower levels of management are aware of the presence of serious problems, although in many cases they cannot influence the situation, since the real power lies with top management, cost reduction, which is false, because the problem is not the level of productivity, but the feasibility of production, a forced change when the policy of cost reduction did not justify itself and a sharp turn (specific changes) in investment policy, when the effective actions of the new management team were adopted. The possibilities of resistance to changes are given, namely: reducing the delay in strategic reaction, where strategic management deals with the problems of accelerating the process of "turning" when adapting to new external conditions, effective management information systems for effective monitoring of consumer behavior, use of strategic opportunities oriented to consumers, adaptation of the organization (for example, business reorganization, diversification of production and markets, search for leaders who are capable of active and decisive actions), rapid personnel changes to identify a reserve capable of being a leader in a period of sudden changes and bringing the organization out of crisis.

Keywords: strategy, organization, changes, adaptation, opportunities, information, situation.

Постановка проблеми. На сьогодні важливим питанням розвитку організації являється швидке реагування на стратегічні зміни як навколишнього, так і внутрішнього середовища. Саме тому потрібно шукати нові адаптивні підходи щодо можливих протистоянь їм в період формування та впровадження стратегії в діяльність підприємства [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стратегічні зміни в організації вивчались різними науковцями, де приділялося багато уваги розробці окремих елементів системи здійснення стратегічних змін для забезпечення сталого організаційного розвитку організації. Це такі науковці як: І. Ансофф, І. Адієс, М. В. Афанасьєв, Т. В. Бауліна, С. К. Василик, О. Ю. Гусєва, В. Г. Герасимчук, Л. Грейнер, А. Даун, А. Т. Зуб, Ю. Б. Іванов, І. М. Писаревський, М. М. Покологна, Н. Б. Петрова, Г. О. Селезньова, У. К. Сухорська, М. В. Локтионов, К. Левін, О. В. Ревенко, О. М. Тищенко, Т. М. Хміль, Т. М. Чечетова-Терашвілі та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Однак не приділялося належної уваги саме визначенню причин щодо стратегічних змін в організації в процесі реалізації стратегії, що і потребує подальшого вивчення.

Метою статті є визначення причин стратегічних змін в організації та можливостей протистояння їм в процесі реалізації стратегії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дуже часто раптові зовнішні зміни «зворушують основи» ринків. Коли на ринку відбуваються різкі зміни, підприємства, які займають на ньому лідируючі позиції, можуть швидко проскочити у відкрите «вікно» та зайняти місце головних гравців в супереч своїм суперникам [1]. В цих умовах головна задача діючих лідерів складається в тому, щоб «захлопнути квартиру» перш ніж конкуренти закріпляться на ринку, а ціль новачків – скористатися можливістю.

До основних причин «відкритих стратегічних вікон» можна віднести [1; 2]:

- нові технології. З їх появою можливе знецінювання товарів, що випускаються лідерами на застарілій базі;
- нові сегменти. При появі нових сегментів ринку з'являються нові можливості для тих організацій, яких основні конкуренти недооцінюють;
- нові канали розподілу. Розвиток ринку дає можливість стратегічним «вікнам» відкриватися при нових можливих каналах розподілу товару;
- переорієнтація ринку. Розвиток ринку дає можливість змінам природи попиту, а значить може змінюватися, починаючи з покупки товару до придбання сервісних систем;
- нові нормативні документи. Контракти, закони, рішення, правила являються також стратегічними вікнами;
- неочікувані зміни в навколишньому середовищі. Це зміни в ціні на товар, курс валюти

тощо, або політичні катаклізми, що можуть визвати зміни становища організації на ринку.

Причини і природа уповільнення практичних дій керівництва ілюструє рис. 1.

Розглянемо шість основних причин несвоєчасної реакції на зовнішні зміни.

До першої причини можна віднести неухвильність керівництва (A0 – A1), яке не замічає або не звертає уваги більше місяця на зміни в діяльності підприємства, наприклад, на зменшення об'єму продажів продукції. Інколи дослідники відслідковують замовлення торгових організацій, а не реальні об'єми реалізованої продукції. Для сезонних товарів розрив у часі між замовленням та продажем досягає шести місяців і більше.

Друга причина – період зволікання (A2 – A1). Навіть якщо менеджери нижчих рівнів чудово усвідомлюють наявність серйозних проблем, вони в багатьох випадках не мають можливості вплинути на ситуацію. Реальна влада в бюрократичних структурах знаходиться в руках вищого менеджменту, представники якого не рідко мають лише віддалену уяву про поточні маркетингові та технологічні проблеми.

Незнання ситуації сприяє затримці з прийняттям рішення.

З психологічної точки зору зрозуміло, що співробітники організації неминуче будуть пручатися змінам, які означають, що навички персоналу та технічна база застаріли.

Коли ситуація стає кризовою (A3), керівництво організації змушене діяти. Зазвичай його перша реакція направлена на скорочення витрат (A3 – A2), зменшення витрат за рахунок зниження витрат та обмеження інвестицій. Але з точки зору закриття стратегічного вікна скорочення витрат є помилковим, адже проблема складається не з рівня продуктивності, а в доцільності виробництва.

Організація може мати збитки тому, що випускає продукцію, яка не відповідає потребам споживача та виготовляється технологією вчорашнього дня, має морально застарілий товар та погані канали розподілу.

Тоді, як причина скорочення витрат себе не виправдала, вступає в силу умова примусової зміни для виживання організації (A4 – A3), що пов'язана із звільненням менеджерів, відповідальних за тяжкий стан компанії.

Ефективні дії нової команди керуючих припускають крутий поворот в інвестиційній політиці, розробку стратегії адаптації ситуації, що змінилася.

Звичайно, до всіх причин щодо стратегічних змін в організації та невиконання стратегічних планів її розвитку можна віднести і некоректність формування та подальшу розробку самих планів, від яких залежить реалізація майбутньої стратегії. Тобто, причинами некоректності планів є (рис. 2):

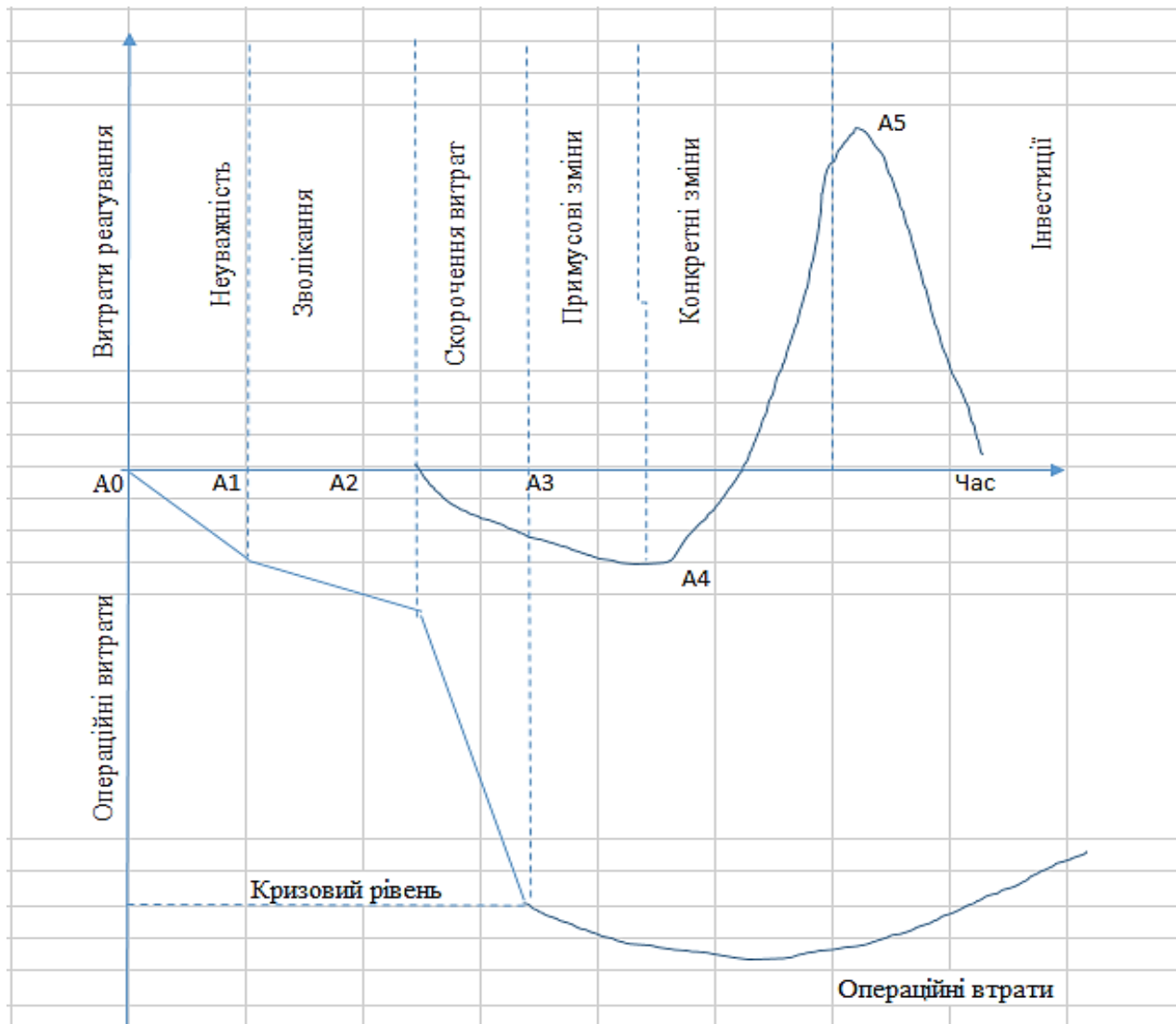


Рис. 1. Причини несвоєчасної реакції на зовнішні зміни

Джерело: складено за джерелами [3; 4]

- не врахування інтересів споживачів;
- неузгодженість при формуванні місії та цілей організації;
- не доведення їх до працівників в повному обсязі;
- неправильна пріоритетність розподілу ресурсів між виконавцями;
- помилки в прорахованості горизонту виконання завдань для реалізації плану;
- порушення розкладу робіт в процесі;
- недосконала інформаційна база щодо конкретної ситуації, коли приймаються управлінські рішення;
- недостатність системності дій при плануванні;
- проведення виконуваних робіт робітниками не відповідної кваліфікації;
- не врахування інтересів споживачів;
- використання застарілих стандартів та норм відповідності якості;

- недосконале проведення маркетингових досліджень та невірні прогнози;
- неузгодженість орієнтації діяльності підприємства з вимогами ринку;
- порушення соціально-психологічного клімату в колективі, конфліктні ситуації, що призводять до розгрупування колективу та падіння продуктивності тощо.

До варіантів протидії змінам підприємства відносяться такі адаптивні дії (рис. 3) як [6]:

- зменшення часу запізнення стратегічної реакції;
- ефективні управлінські інформаційні системи;
- використання змін на перспективу;
- пристосування організації;
- швидкі кадрові перестановки;
- запобігання кризовій ситуації підприємством.

Розглянемо більш детально можливості протистояння змінам.

Причини некоректності при формуванні планів, що призводять до стратегічних змін	- не врахування інтересів споживачів;
	- неузгодженість при формуванні місії та цілей організації;
	- не доведення їх до працівників в повному обсязі;
	- неправильна пріоритетність розподілу ресурсів між виконавцями;
	- помилки в прорахованості горизонту виконання завдань для реалізації плану;
	- порушення розкладу робіт в процесі;
	- недосконала інформаційна база щодо конкретної ситуації, коли приймаються управлінські рішення;
	- недостатність системності дій при плануванні;
	- проведення виконуваних робіт робітниками не відповідної кваліфікації;
	- не врахування інтересів споживачів;
	- використання застарілих стандартів та норм відповідності якості;
	- недосконале проведення маркетингових досліджень та невірні прогнози;
	- неузгодженість орієнтації діяльності підприємства з вимогами ринку;
	- порушення соціально-психологічного клімату в колективі тощо.

Рис. 2. Причини некоректності при формуванні планів, що призводять до стратегічних змін в організації

Джерело: складено за джерелами [5]

Зменшення несвоєчасної стратегічної реакції. Стратегічний менеджмент займається вирішенням проблем, що пов'язані із скороченням часу на адаптацію підприємства до нових умов зовнішнього середовища.

Запізнювання по кожному виду реакції повинно скорочуватися або виключатися взагалі, що досягається при використанні направлених на прискорення адаптації додаткових заходів.

Ефективні управлінські інформаційні системи. Пов'язані з неухважністю періоди запізнювання можуть бути значно скорочені завдяки ефективному моніторингу поведінки споживачів.

Використання змін на перспективу. Рішення, що приймаються вищим керівництвом, повинні миттєво передаватися на більш низькі рівні управління. Це дасть можливість орієнтуватися

не на виробництво, а в більшій мірі на споживачів, які володіють широким кругозором, вчасно помічають зміни, які відбуваються в технологіях виробництва, каналах розподілу та перевагах покупців. Вище керівництво підприємства повинно доносити до підлеглих думку, що ринкові умови нестабільні та потребують швидкого реагування на ці зміни, а також стимулювати їх до реалізації вигод, які можуть виникнути при появі нових стратегічних можливостей.

Пристосування організації. Зміни погрожують організації тим, що її прибуток почне скорочуватися скоріше, ніж будуть знижуватися витрати. Тому найбільш очевидним, направленим на пристосування до нестабільної зовнішньої ситуації кроком є реорганізація бізнесу, який направлений на зміну постійних витрат.

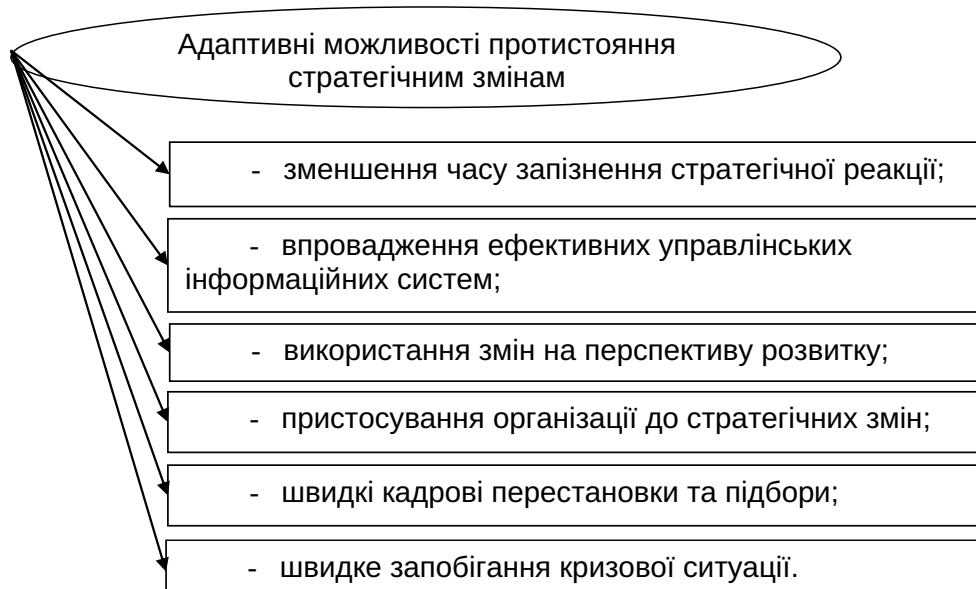


Рис. 3. Адаптивні можливості протистояння стратегічним змінам

Джерело: складено за джерелами [4; 5]

Підвищити ступінь пристосування організації до змін та знизити потенціальні ризики дозволяє диверсифікація виробництва та ринків. Зовнішні зміни при прискореній реакції можуть сприяти пошуку динамічних, не прийнятних до бюрократичних процедур лідерів, здібних на активні та рішучі дії. Нарешті, необхідність адаптації до зовнішніх умов підштовхує організації до виходу за рамки річного планування бюджетів та об'ємів виробництва, з ціллю використання нових типів стратегічного ринкового планування, які стимулюють керівництво до дослідження ринків та адекватної реакції на їх зміни.

Швидкі кадрові перестановки. Якщо є потреба в кадрових перестановках, то їх потрібно робити якнайшвидше, щоб не погіршувати становище організації зволіканням з прийняттям рішень. Нестабільне зовнішнє середовище зумовлює виняткову важливість удосконалення менеджменту підприємства, наявності кадрового

резерву здатного взяти на себе тягар лідерства в період різких змін [7].

Запобігання кризової ситуації підприємством. На сьогодні рішучі зміни щодо стратегії підприємства виникають із-за наближення або настання кризи для організації. Бо якщо криза настане, то підприємство може отримувати менше прибутків, або зовсім збанкрутує, скоротить частку ринку або втратить свою ліквідність.

Висновки. Отже, були розглянуті причини стратегічних змін в організації, що можуть відбуватися за рахунок несвоєчасної реакції на зовнішні зміни та некоректності при формуванні самих планів. Також розглянуті можливості протистояти цим змінам в процесі реалізації стратегії, де неодмінно постає проблема трансформації як організації, так і галузі: поява нових каналів розподілу, нових технологій, конкурентів з новими стратегіями або ланцюжками створення цінності, що дозволяють виступати з досить привабливими для споживачів пропозиціями.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегічний менеджмент: Підручник / І. М. Писаревський, О. М. Тищенко, М. М. Покоłodна, Н. Б. Петрова; ред. Аляб'єв; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків : ХНАМГ, 2009. 287 с.
2. Ансофф І. Стратегический менеджмент. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 581 с.
3. Тищенко О. М., Хміль Т. М., Василик С. К., Чететова-Терашвілі Т. М., Ревенко О. В. Стратегічне управління. Підручник. Харків : ВД „ІНЖЕК”, 2009. 280 с.
4. Гусєва О. Ю. Управління стратегічними змінами: теорія і прикладні аспекти: Монографія. Донецьк : Вид-во «Ноулідж» (донецьке відділення), 2014. 395 с.
5. Дикань В. Л., Зубенко В. О., Маковоз О. В., Токмакова І. В., Шраменко О. В. стратегічне управління навч. посіб. Київ : «Центр учбової літератури», 2013. 272 с.
6. Афанасьєв М. В., Селезньова Г. О. Стратегія підприємства: Навчально-методичний посібник. Харків : ВД „ІНЖЕК”, 207. 2007 с.
7. Іванов Ю. Б., Тищенко О. М., Чететова-Терашвілі Т. М., Ревенко О. В. Стратегія підприємства: Підручник. Харків : ВД „ІНЖЕК”, 2009. 560 с.

REFERENCES:

1. Pysarevs'kyy I. M., Tyshchenko O. M., Pokolodna M. M., Petrova N. B. (2009) Stratehichnyy menedzhment [Strategic management]. Khark. nats. akad. mis'k. hosp-va. Kharkiv: KHNAMH.
2. Ansoff I. (2009) Strategicheskiy menedzhment [Strategic management]. St. Petersburg: Piter.
3. Tyshchenko O. M. Khmil' T. M., Vasylyk S. K., Chechetova-Terashvili T. M. Revenko O. V. (2009) Stratehichne upravlinnya [Strategic management]. Kharkiv: VD „INZHEK”.
4. Husyeva O. Yu. (2014). Upravlinnya stratehichnymy zminamy: teoriya i prykladni aspekty. [Strategic change management: theory and applied aspects]. Donets'k: Vyd-vo «Noulidzh» (donets'ke viddilennya).
5. Dykan' V. L., Zubenko V. O., Makovoz O. V., Tokmakova I. V., Shramenko O. V. (2013) Stratehichne upravlinnya [Strategic management]. Kyiv: «Tsentр uchbovoyi literatury»
6. Afanas'yev M. V., Selez'n'ova H. O. (2007). Stratehiya pidpryemstva [Enterprise strategy]. Kharkiv: VD „INZHEK”.
7. Ivanov Yu. B., Tyshchenko O. M., Chechetova-Terashvili T. M., Revenko O. V. (2009). Stratehiya pidpryemstva [Enterprise strategy]. Kharkiv: VD „INZHEK”.

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

УДК 332.356

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-11>

ОСОБЛИВОСТІ ОХОРОНИ ТА ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ

FEATURES OF THE PROTECTION AND ENVIRONMENTAL CONDITION OF LAND RESOURCES

Коваль В. А.

викладач кафедри управління земельними ресурсами
факультету економічних наук ЧНУ імені Петра Могили,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Гусєв М.О.

магістр,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Бутенко А.С.

магістр,
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Koval Vasil, Hysiev Mykola, Butenko Anna
Petro Mohyla Black Sea National University

У статті розкрито питання, що стосуються особливостей охорони та екологічного стану земельних ресурсів та визначення найбільш прийнятних напрямів охорони землекористувань в Україні. Метою роботи є вивчення питання охорони та екологічного стану земельних ресурсів з метою більш ефективного та раціонального використання та охорони землі в Україні. Методологічним інструментарієм дослідження слугували: метод аналізу і синтезу; абстрактно-логічний метод; метод аналогії та узагальнення. Проаналізовано праці вчених стосовно визначення поняття охорони землі. З'ясовано, що досягнення позитивних результатів у системі охорони та екологічного стану земельних ресурсів має базуватися на заходах щодо забезпечення ефективного правового регулювання охорони земель в ринкових умовах. Висвітлено переваги на раціональному використанні, збереження родючості та екологічного стану земельних ресурсів.

Ключові слова: охорона земель, державна інспекція, Земельний кодекс України, земельні ресурси, земельні ділянки.

The article discusses the issues related to the specifics of the protection and ecological condition of land resources and the determination of the most acceptable areas of land use protection in Ukraine. The purpose of the work is to study the issue of protection and ecological condition of land resources with the aim of more efficient and rational use and protection of land in Ukraine. The methodological tools of the research were: the method of analysis and synthesis; abstract logical method; method of analogy and generalization. The works of scientists related to the definition of the concept of land protection are analyzed. It was found that achieving positive results in the system of protection and ecological condition of land resources should be based on measures to ensure effective legal regulation of land protection in market conditions. Advantages of rational use, preservation of fertility and ecological state of land resources are highlighted. Land protection is a system of legal, organizational, economic and other measures aimed at the rational use of land, prevention of unjustified extraction of agricultural and forestry land, protection from harmful anthropogenic influence, reproduction and increase of soil fertility, increase of productivity of forestry land, provision of a special regime use of land for nature protection, health, recreational and historical and cultural purposes. Despite the technical and technological achievements of human society, at the beginning of the third millennium, the signs of energy, raw material, water, food, land and even air shortages are becoming increas-

ingly apparent. The problems of ecological cleanliness of the natural environment, preservation of its reproductive, restorative and assimilative potentials are becoming particularly acute, as the volume of pollution, the extent of depletion and degradation of individual environmental resources are growing catastrophically. The population of our planet increases annually by 70–80 million people and is constantly armed with more and more powerful equipment and energy-dangerous technologies, exerting excessively large anthropogenic pressure on nature. Such actions lead to the deterioration of the environment by all indicators, which ultimately negatively affects human health and the quality of agricultural products.

Keywords: land protection, state inspection, land Code of Ukraine, land resources, land plots.

Постановка проблеми. На сучасному етапі потребує необхідності вирішення питань більш ефективної охорони землі, її раціонального використання, збереження родючості та екологічного стану земельних ресурсів.

У багатьох країнах світу ерозія ґрунтів є головним чинником деградації агроландшафтів, в тому числі й в Україні. Сучасний стан земельних ресурсів в Україні обумовлюється збільшенням впливу негативних процесів, що у свою чергу призводить до певної дестабілізації у формованні земельних відносин.

У структурі земельного фонду значну частку займають землі, ґрунтовий покрив яких набув негативних властивостей (змитість, дефльованість, засоленість, солонцюватість, перезволоженість тощо). Протягом останніх десятиріч екологічні та економічні втрати сільськогосподарського виробництва країни від антропогенного посилення ґрунтової ерозії набули загрозливих розмірів. Причинами цього є довготривала екологічно необґрунтована інтенсивна експлуатація земельних ресурсів, надмірна розораність ґрунтового покриву, порушення рівноваги кругообігів хімічних елементів в агроecosистемах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням охорони та екологічного стану земельних ресурсів займалася когорта вчених, таких як Бредіхін О. О. [1, с. 47], який зазначає, що проблеми у сфері охорони земель значною мірою зумовлені незавершеністю процесу інвентаризації і автоматизації системи ведення державного земельного кадастру, недосконалістю землевпорядної документації та недостатністю нормативно-правового забезпечення, проведення освітньої та просвітницької роботи, низькою інституціональною спроможністю відповідних органів виконавчої влади.

Мартин А. Г. [2, с. 49] стверджує, що за роки незалежності України стан земельних ресурсів значно погіршився і набув загрозливого характеру. Це, насамперед, стосується сільськогосподарських земель та їхнього ґрунтового покриву, який значною мірою втратив природні властивості самовідновлення.

Третяк А. М. [3, с. 62] наголошує, що ранжирування систем заходів можна подати у вигляді: вивчення територій (районування, земельний кадастр, моніторинг земель), розселення та організація території (планування, землеустрій), охорона земель на основі здійснення

державного контролю, та інші, але залишилась недопрацьованою проблема питання охорони та екологічного стану земельних ресурсів, що і свідчить про актуальність статті.

Метою дослідження є вивчення особливостей та удосконалення більш ефективної охорони землі та її раціональне використання, а також збереження родючості ґрунту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Україна має унікальні земельні ресурси, які становлять 44,4% природно-ресурсного потенціалу країни. Родючі українські чорноземи визнані еталоном в усьому світі і займають 59,8% площі сільськогосподарських угідь [4]. У зв'язку з цим охорона земельних ресурсів країни має важливе загальнонаціональне значення, про що підкреслюється у ст. 14 Конституції України, згідно з якою земля є основним національним багатством, що перебуває під особливою охороною держави [5].

Правове регулювання цього конституційного положення передбачено Земельним кодексом України, яким визначено, що охорона земель – це система правових, організаційних, економічних та інших заходів, спрямованих на раціональне використання усіх категорій земель, збереженню перш за все сільськогосподарських та інших цінних земель, захисту їх від антропогенного та іншого шкідливого впливу [6].

Подальший розвиток правового регулювання відносин цієї важливої проблеми передбачено Законом України „Про охорону земель”. Цим законом передбачено, що основними принципами державної політики у сфері охорони земельних ресурсів є :

- забезпечення охорони земель як основного національного багатства українського народу;
- пріоритет вимог екологічної безпеки у використанні землі як просторового базису, природного ресурсу і основного засобу виробництва;
- відшкодування збитків, заподіяних порушенням законодавства України «Про охорону земель»;
- нормування і планомірне обмеження впливу господарської діяльності на земельні ресурси;
- поєднання заходів економічного стимулювання та юридичної відповідальності в галузі охорони земель та ін. [7].

Для порівняння проаналізуємо використання земель сільськогосподарського призначення в Україні та деяких інших країнах світу у табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать про досить високий рівень сільськогосподарської освоєності території України, який значно перевищує рівень використання території таких розвинених країн, як Китай, Австралія, США, Канада, Франція, Польща, Німеччина. Проте спостерігається надзвичайно висока розораність території України, яка становить понад 53%, що значно більше, ніж у розвинених країнах. Така розораність території порушує екологічно збалансоване землекористування та призводить до високого рівня виснаження земель, внаслідок чого неможливо гарантувати стабільний, конкурентоспроможний та екологічно безпечний розвиток сільського господарства.

Ще однією досить серйозною проблемою землекористування в Україні є великі розміри фермерських господарств. Найбільша кількість фермерських господарств має площу від 0,51 до 1,00 га – 28,00%, але концентрація землі спостерігається у великих товариствах – 29,7% земель припадає на господарства площею 10,01 га і більше. У 2017 році в Україні було 93 сільськогосподарські підприємства, які обробляли понад 10 тис. га так званих фермерських господарств

Однак доводиться констатувати, що Україна в порівнянні з іншими країнами [5] має значно гірші показники щодо використання земельних ресурсів. Так, до господарського використання залучено понад 92% її території, 82% земельних ресурсів є основним засобом виробництва у сільському і лісовому господарстві, розораність території становить 57,5%. Погіршується

якісний стан земельних ресурсів. Рівень гумусу в ґрунтах зменшився з 3,5% у 1960 р. до 3,1% у 1996 р., ерозія ґрунтів охопила 40% території країни, а близько 20% земель забруднені шкідливими речовинами понад гранично допустимі концентрації, установлені законодавством [4].

Наведені й інші факти щодо характеристики використання земель в різних регіонах України свідчать про те, що правовий інститут охорони земель потребує подальшого удосконалення. Для забезпечення ефективного правового регулювання охорони земель в ринкових умовах необхідно виконати ряд наступних заходів.

Вдосконалення законодавчої бази є однією із центральних проблем в Україні, вирішення якої буде сприяти посиленню впливу держави на сферу регулювання земельних відносин і в тому числі охорони земель. З введенням у дію нових Цивільного, Господарського кодексів та інших законів виникли значні суперечності у чинному законодавстві, що потребує внесення змін до діючих нормативно-правових актів, у тому числі і до тих, які регулюють земельні відносини.

Для здійснення заходів щодо охорони земель необхідно мати об'єктивні дані таматеріали спостережень за станом земель та властивостями ґрунтів. Такі спостереження ведуться в процесі здійснення моніторингу земель, який є функцією державного управління. Відповідно до Закону „Про охорону земель” державна комплексна програма спостережень включає топографо-геодезичні, картографічні, ґрунтові, агрохімічні, радіологічні та інші обстеження стану земель і ґрунтів, на базі яких формуються банки даних про стан земель і ґрунтів. Дані

Таблиця 1

Характеристика сільськогосподарського використання земельного фонду в Україні та в деяких країнах світу

Країна	Площа земель, млн. га	Площа с.-г. угідь, млн. га	сільсько-господарське освоєння території, %	Рілля, млн. га	Розораність, %		Сінокоси і пасовища	
					території	с.-г. угідь	площа, млн. га	у % до площі с.-г. угідь
Україна	60,4	41,5	68,8	32,5	53,9	78,3	7,8	18,8
Китай	959,7	495,8	52,4	92,5	9,6	18,7	400,0	80,7
Австралія	771,3	461,7	59,7	47,0	6,1	10,2	414,5	90,0
США	936,4	426,9	45,6	185,7	19,8	43,5	239,2	56,0
Канада	997,1	73,4	7,4	45,4	4,6	61,9	27,9	38,0
Франція	55,2	30,2	53,0	18,3	32,1	60,6	10,6	35,1
Польща	32,3	18,7	57,9	14,3	44,3	76,5	4,1	21,9
Великобританія	24,5	17,1	69,8	5,9	24,1	34,5	11,1	64,9
Німеччина	35,7	17,3	48,5	11,8	33,1	68,2	5,3	30,6
У світі	133 382	4 846,1	36,2	1 345,0	10,1	27,8	3 395,3	70,1

проведенихраніше ґрунтових, геоботанічних та інших обстежень у багатьох випадках не відповідають вимогам щодо інформації про якісний стан земель, особливо земельних ділянок, що зазнають впливу водної та вітрової ерозії, радіоактивного та хімічного забруднення та інших негативних явищ. Матеріали таких обстежень потребують сучасного поновлення. Крім того, для виявлення негативних чи позитивних змін стану конкретної земельної ділянки необхідно мати її якісну характеристику в документах, що посвідчують право власності чи право послідовного користування земельною ділянкою.

Зміст охорони земель включає такий важливий захід, як захист сільськогосподарських угідь, лісових земель та чагарників від необґрунтованого її вилучення для інших потреб. Статтею 23 Земельного кодексу України [6] визначена пріоритетність земель сільськогосподарського призначення, яка полягає в тому, що для будівництва промислових підприємств, шляхів та інших потреб надаються переважно несільськогосподарські угіддя або сільськогосподарські угіддя гіршої якості. Але аналіз проектів відведення показує, що ця вимога часто не виконується, оскільки в проектах відсутні варіанти вилучення земельних ділянок з їх економічним обґрунтуванням. Крім того, при вилученні земель площа для розміщення відповідних об'єктів значно перевищує нормативи європейських країн.

Одним з важливих заходів, що входить до змісту охорони земель, є стандартизація та нормування, якими забезпечуються екологічні та санітарно-гігієнічні безпеки громадян шляхом визначення вимог щодо якості земель, родючості ґрунтів і допустимого антропогенного навантаження та господарського освоєння земель. Такими нормативами є гранично допустиме забруднення ґрунтів, якісний стан ґрунтів, оптимальне співвідношення земельних угідь та показники деградації земель та ґрунтів. Для встановлення оптимального співвідношення земельних угідь виникає необхідність зміни цільового призначення земель, особливо таких як: сільськогосподарського призначення, природно-заповідного та іншого природоохоронного, оздоровчого, історико-культурного, рекреаційного призначення, земель лісового та водного фондів. У зв'язку з високою розораністю земель необхідно довести до оптимального співвідношення ріллю, багаторічні насадження, природні кормові угіддя, полезахисні лісосмуги та ін. Оскільки сільськогосподарські угіддя розпайовані та приватизовані громадянами, на землях названих категорій розміщені приватизовані об'єкти нерухомості, тому для встановлення оптимального співвідношення земельних угідь необхідно мати додаткові кошти для викупу приватизованих земельних

ділянок, а також внести зміни у нормативно-правові акти.

У сфері охорони та раціонального використання земель найважливішу роль відіграє контроль, який сприяє реалізації державної політики у цій галузі, виявляє та запобігає порушенням земельного законодавства, забезпечує додержання власниками землі та землекористувачами стандартів і нормативів щодо використання та охорони земель. Відносини контролю за додержанням земельного законодавства регулюються нормативно-правовим шляхом, з дотриманням Конституції України, природо-ресурсних кодексів, Закону „Про державний контроль за використанням та охороною земель" та інших законів і підзаконних актів [8].

Зазначимо, що для підвищення ефективності державного контролю за контролем за використанням та охороною земель необхідно:

- ввести кримінальну відповідальність за порушення земельного законодавства у разі самовільного зайняття земельних ділянок, заповідія збитків у великих розмірах та ін.;

- внести зміни в Кодекс України про адміністративні правопорушення щодо посадових осіб, які мають право розглядати справи, пов'язані з порушенням у галузі використання і охорони земель, а також розмір штрафів за ці порушення.

Це дозволить більш ретельно відслідковувати проблеми охорони та екологічного стану земельних ресурсів та сприятиме їх запобіганню.

Висновки. Проаналізувавши стан використання земельних ресурсів, можна зробити висновки, що за останні два десятиліття він значно погіршився, а в окремих випадках набув загрозового характеру. Постійно зростає споживче ставлення до земель сільськогосподарського призначення, яке спрямоване лише на отримання високих урожаїв сільськогосподарських культур. При цьому все менше заходів вживається для підвищення і збереження родючості ґрунтів. З'ясовано, що законодавство України у сфері охорони земель, яке має контролювати всі ці негативні процеси, залишається фактично неефективним і характеризується відсутністю чітких норм (обов'язків) щодо забезпечення охорони земель.

Запропоновані заходи щодо забезпечення ефективного правового регулювання охорони земель в ринкових умовах. Розкрито питання про більш ефективну охорону землі, її раціональне використання, збереження родючості та екологічного стану земельних ресурсів, що дало змогу.

Подальші дослідження мають бути орієнтовані на вивчення безпосередньо більш детального питання та розгляду охорони та екологічного стану земельних ресурсів

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бредіхін О. О. Моделювання критеріїв оцінки якісного стану сільськогосподарських земель. *Ефективна економіка*. 2013. № 3.
2. Мартин А. Г., Шевченко О. В. Проблеми охорони земель сільськогосподарського призначення в умовах завершення земельної реформи. *Землеустрій, кадастр і моніторинг земель*. 2014. С. 48–56.
3. Третяк А. М., Дорош О. С. Управління земельними ресурсами; за ред. А. М. Третяка. Вінниця : Навчальний посібник Нова Книга, 2006. 360 с.
4. Дехтяренко Ю. Ф. та ін. Методичні основи грошової оцінки земель в Україні. Київ : Профі, 2002. 256с.
5. Конституція України. Закон України від 28 червня 1996 р. Земельні відносини в Україні : Законодавчі акти і нормативні документи. Держкомзем України : Урожай, 1998.
6. Земельний кодекс України: Сільський час. 2001. № 66.
7. Про охорону земель: Закон України. *Урядовий кур'єр*. 2003.
8. Про державний контроль за використанням та охороною земель: Закон України. *Урядовий кур'єр*. 2003.

REFERENCES:

1. Bredikhin O. O. (2013). Modelyuvannya kryteriyiv otsinky yakisnoho stanu sil's'kohospodars'kykh zemel' [Modeling criteria for assessing the quality of agricultural land]. *Efficient economy*, № 3.
2. Martyn A. G., Shevchenko O. V. (2014). Zemleustriy, kadastr i monitorynh zemel' [Land management, cadastre and land monitoring], pp. 48–56.
3. Tretyak A. M., Dorosh O. S. (2006). Upravlinnya zemel'nymy resursamy [Management of land resources], under the editorship A. M. Tretyaka. Vinnytsia: New Book study guide.
4. Ju. F. Dekhtyarenko and others. (2002). Metodychni osnovy hroshovoyi otsinky zemel' v Ukrayini [Methodological foundations of monetary valuation of land in Ukraine]. Kyiv: Profi.
5. Konstytutsiya Ukrayiny (1998) Zakon Ukrayiny vid 28 chervnya 1996 r. Zemel'ni vidnosyny v Ukrayini : Zakonodavchi akty i normatyvni dokumenty/ Derzhkomzem Ukrayiny [Constitution of Ukraine. Law of Ukraine dated June 28, 1996. Land relations in Ukraine: Legislative acts and regulatory documents/ Derzhkomzem of Ukraine], Urozhay.
6. Zemel'nyy kodeks Ukrayiny [Land Code of Ukraine], Village time, № 66, 2001.
7. (2003) Pro okhoronu zemel': Zakon Ukrayiny [On land protection: Law of Ukraine], Government courier.
8. (2003) Pro derzhavnyy kontrol' za vykorystanniam ta okhoronoyu zemel': Zakon Ukrayiny [On state control over the use and protection of land: Law of Ukraine], Government courier.

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

УДК 336.273.2

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-12>

АНАЛІЗ СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ВІЙСЬКОВИХ ОБЛІГАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

ANALYSIS OF STATISTICAL INDICATORS OF THE VOLUME AND STRUCTURE OF MILITARY BONDS UNDER MARTIAL LAW

Чубка О.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри фінансів
Національного університету "Львівська політехніка"

Chubka OIha

National University "Lviv Polytechnic"

Виділені ключові пункти Постанови Кабінету Міністрів України "Про випуск облігацій внутрішньої державної позики "Військові облігації", поява якої була зумовлена початком воєнних дій на території України та необхідністю наповнення державного бюджету в умовах війни. Наведено перелік та види військових ОВДП, реалізованих на аукціонах, починаючи з березня 2022 р. Наведені заходи з боку НБУ та фінансових установ щодо максимального спрощення процедур купівлі військових облігацій на період війни. Перераховані переваги скасування обов'язковості підтвердження джерел доходів інвесторів. Проведено аналіз структури інвесторів військових облігацій, структури розміщення військових облігацій за видом валют та рухом облігацій на первинному та вторинному ринках у 2022 р. Визначено роль і частку військових облігацій у джерелах фінансування державного бюджету. Проведено аналіз динаміки залучених коштів до Державного бюджету від продажу військових облігацій за результатами аукціонів у 2022 р.

Ключові слова: військові облігації, державний бюджет, джерела фінансування, інвестори, Міністерство фінансів України, Національний банк України.

Key points of the Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine "On the Issue of Domestic State Loan Bonds "Military Bonds", which was issued due to the outbreak of hostilities on the territory of Ukraine and the need to fill the state budget in times of war, are presented. The list and types of military bonds sold at auctions since March 2022 are provided. The measures taken by the NBU and financial institutions to maximize the simplification of the procedures for purchasing military bonds for the period of war are presented. The advantages of abolishing the obligation to confirm the sources of income of investors when purchasing military bonds are listed. The list of banks, in particular primary dealers and licensed brokers that carry out operations with military bonds is provided. The structure of investors in military bonds is analyzed in terms of legal entities, individuals and non-residents in 2022. The structure of the placement of military bonds by type of currency (Ukrainian hryvnia, US dollar, euro) in 2022 is presented. The structure of placement of military bonds in the primary and secondary markets in 2022 is analyzed. The composition of the sources of financing of the state budget (financing of the National Bank of Ukraine, grants from the United States and the European Union, domestic government bonds (including military bonds), bilateral loans from the European Union, the International Monetary Fund, the United Kingdom, the European Investment Bank and other countries) is presented. It is proved that the main buyer of military bonds in wartime is the National Bank of Ukraine, and the purchase of military bonds is carried out at the expense of hryvnia issuance through the conclusion of an agreement with the Ministry of Finance of Ukraine. The role and share of military bonds in the sources of financing of the state budget is determined. The author analyzes the dynamics of funds raised to the State Budget from the sale of military bonds based on the results of auctions in 2022. The main advantages of investing in military bonds for investors are presented: the opportunity to financially assist the State under martial law; the State's guarantee for 100% of the purchased bonds; excess of bond yields over deposit yields; absence of personal income tax on bonds; possibility of their early sale on the secondary market; possibility of obtaining a loan secured by bonds; possibility of hedging currency risk.

Key words: military bonds, state budget, sources of financing, investors, Ministry of Finance of Ukraine, National Bank of Ukraine.

Постановка проблеми. З початком повномасштабного вторгнення росії на територію України надзвичайно важливим питанням стало фінансове забезпечення національної безпеки та оборони, зокрема фінансування потреб Збройних Сил України, правоохоронних та інших державних органів, причетних до протистояння збройної агресії. Одним із шляхів наповнення державного бюджету є випуск військових облігацій внутрішньої державної позики (військових ОВДП), що дозволяє акумулювати кошти для боротьби із агресором та стабілізувати публічні фінанси країни в умовах воєнного стану.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання акумулювання коштів до державного бюджету в умовах війни за рахунок випуску військових ОВДП знайшли відображення у дослідженнях таких вітчизняних науковців, як Хомюк Н. [1], Петренко Г. О. [2] та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Науковці зосереджують увагу на сутності та характеристиці військових облігацій, їх перевагах для інвесторів, сумі акумульованих коштів до державного бюджету. Поряд з тим більш детального вивчення потребує аналіз динаміки та структури обсягу залучених коштів від реалізації військових облігацій за строками погашення, категорією інвесторів, видом валюти, характером їх руху на первинному та вторинному ринку.

Метою статті є детальний аналіз статистичних показників обсягу та структури військових ОВДП як важливого джерела фінансування державного бюджету протягом повномасштабної війни в Україні (від 24 лютого 2022 р. до 31 грудня 2022р.).

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах воєнного стану за підрахунками Міністерства фінансів на місяць Україна витрачає приблизно 10 млрд. дол. США [1, с. 152]. Необхідність наповнення державного бюджету з метою протистояння російському агресору зумовила прийняття Кабінетом Міністрів України на наступний день після повномасштабного вторгнення Постанови № 156 “Про випуск облігацій внутрішньої державної позики “Військові облігації”. Постанова передбачає здійснення державних внутрішніх запозичень в обсязі до 400 млрд. гривень шляхом поетапного випуску військових ОВДП з такими основними умовами:

- номінальна вартість однієї облігації – 1000 гривень;
- купонний період – один рік;
- ставка доходу – 11 відсотків річних;
- строк обігу – до 15 років [3].

Емітентом військових облігацій виступає Міністерство фінансів України, яке визначає час, обсяги випуску, термін обігу, ставку та інші умови випуску. Також Міністерство від

імені держави виступає гарантом своєчасного погашення та виплати доходу за облігаціями, а повернення інвестицій здійснюється за рахунок коштів Національного банку, отриманих ним із державного бюджету. НБУ веде облік цих облігацій та виступає в ролі депозитарію.

Військові облігації функціонують виключно в електронному вигляді, а їхня номінальна вартість складає 1000 грошових одиниць тієї валюти, в якій вони номіновані (1000 гривень, 1000 доларів США, 1000 євро). Для підвищення привабливості облігацій фактична ціна купівлі облігації нижча за номінальну. Протягом 2022 р. Міністерство фінансів розміщувало військові ОВДП терміном від 3-х місяців до 1,9 року, а відсоткова ставка коливалася у межах 9,5–19% у гривнях, 3,5–4,5% у доларах США та 2,5–3% у Євро (табл. 1).

Серед розміщених випусків військових облігацій у національній грошовій одиниці переважали короткострокові ОВДП (з терміном до одного року), а серед випущених облігацій у доларах США та євро – середньострокові (від 1 до 5 років). Як правило, чим менший строк обігу військових ОВДП, тим нижча ставка доходності за ними і навпаки, чим більший строк обігу, тим менша кількість випущених облігацій.

На сьогодні держава створила умови, щоб якомога більше інвесторів залучити до придбання військових облігацій. Тому процедура купівлі військових облігацій в умовах воєнного стану максимально спрощена. Окремі фінансові установи зменшили чи взагалі скасували комісії по операціях із військовими ОВДП та почали працювати із дрібними інвесторами. Так, УкрГазБанк, Укрексімбанк, ПУМБ, Банк Південний, Сенс Банк, ІСУ, Універ Капітал, Dragon Capital, БТС Брокер, Кінто, Монобанк, Кредит Агріколь, Банк Кредит Дніпро, Green Candle, Eavex Capital, Western Investment Group здійснюють операції із військовими ОВДП від 1000 грн., Ощадбанк – від 10000 грн., Кредобанк – від 50000 грн., ОТП банк, Приватбанк – від 100000 грн., Таскомбанк – від 300000 грн., Райффайзен Банк – від 400000 грн.

Фінансовими установами, відповідно до Постанови Правління НБУ № 60 “Про особливості виконання окремих вимог законодавства у сфері фінансового моніторингу, валютного нагляду, нагляду з питань реалізації і моніторингу ефективності персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) протягом дії воєнного стану” [5], відмінено обов’язковість підтвердження джерел доходів інвесторів. Серед переваг такого нововведення слід виділити такі: економію часу, який мав би витрачатися на здійснення перевірок, враховуючи значну кількість переказів на рахунок НБУ; економію ресурсного потенціалу працівників НБУ; можливість притоку більшого капіталу, у тому числі й від тих осіб, які за умови

Таблиця 1

Статистика військових ОВДП, реалізованих на аукціонах у 2022 р.

ISIN код	Термін, днів	Ставка, %	Купон	Кількість, шт.
Українська гривня				
UA4000221436	203	9,7		17803824
UA4000225668	364	11		27072828
UA4000225791	217	10		18928786
UA4000225809	448	11	55	21983954
UA4000225866	91	9,5		6403183
UA4000225908	532	11,5	57,5	4255249
UA4000225940	224	10		6799737
UA4000225981	91	9,5		1715292
UA4000226187	114	9,5		784606
UA4000226195	364	13		5868175
UA4000226260	427	16	80	7357622
UA4000226286	700	14	70	3674
UA4000226427	210	14		17969084
UA4000226450	546	19	80	1975686
UA4000226658	203	14		7155032
Долар США				
UA4000225775	407	4,25	18,5	270703
UA4000225874	386	3,7	18,5	312271
UA4000226120	365	4,25	18,5	431860
UA4000226138	190	4		352517
UA4000226211	92	3,5		141848
UA4000227003	365	4,5		17894
Євро				
UA4000222509	386	2,5	12,5	494596
UA4000226039	365	2,5	12,5	113423
UA40002268S4	162	3		386992

Джерело: [4]

проведення перевірок не могли б здійснювати перекази [2, с. 294].

Значний обсяг військових ОВДП сконцентрований серед юридичних осіб (рис. 1), в тому числі: банків – первинних дилерів (УкрГазБанк, Ощадбанк, Райффайзен Банк, ОТП Банк, Сітібанк, Укрексімбанк, ПУМБ, Приватбанк, Сенс Банк, Кредобанк, Банк Південний); ліцензованих брокерів, до яких належать як банки (Таскомбанк, Монобанк, Кредіт Агріколь, Банк Кредит Дніпро), так і інвестиційні компанії (ICU, Універ Капітал, Dragon Capital, БТС Брокер, Кінто, Green Candle, Eavex Capital, Western Investment Group).

Отже, основним покупцем військових облігацій на аукціонах виступали юридичні особи, які придбали у 2022 р. 51,5% випущених облігацій. На фізичні особи припадає 48,11% обсягу облігацій. Обсяг куплених облігацій нерезидентами становить лише 0,39%.

Цікавим є аналіз структури розміщення військових облігацій за видом валют у розрізі наведених вище категорій інвесторів (рис. 2).

Фізичні особи віддали перевагу вкладанню коштів у військові облігації, випущені у доларах США – 96,54%, лише 3,26% облігацій припало на національну грошову одиницю і 0,19% – на євро. Привабливість облігацій, номінованих у доларах США, для фізичних осіб, скоріш за все, пояснюється перевищенням доходності від облігацій над доходністю від доларових депозитів. Ще однією перевагою військових облігацій над депозитами є те, що отриманий дохід від облігацій не оподатковується. Подібна ситуація спостерігалась для юридичних осіб: 67,1%, 27,16% та 5,72% на долар США, гривню та євро відповідно. Однією із переваг вкладання коштів юридичних осіб в облігації в іноземній валюті є можливість хеджування валютного ризику. Нерезиденти, навпаки, вклали 92,1%

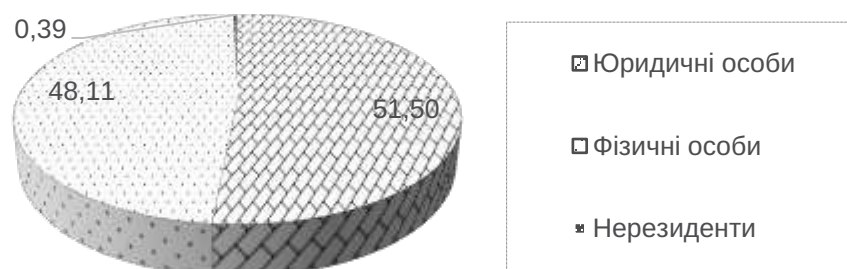


Рис. 1. Структура інвесторів військових облігацій у 2022 р.
Джерело: побудовано автором на основі [6]

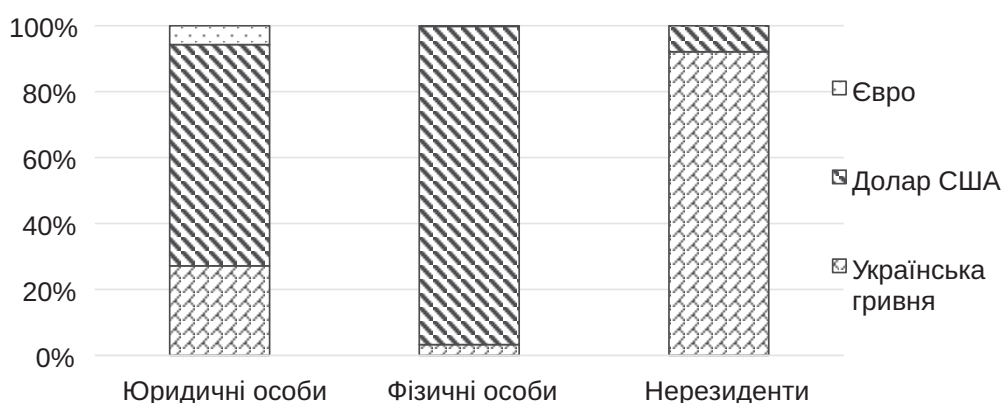


Рис. 2. Структура розміщення військових облігацій за видом валют у 2022 р.

Джерело: побудовано автором на основі [6]

коштів у облігації, номіновані у гривні, решта 7,9% – у доларах США і взагалі не вкладали кошти у облігації, випущені у євро.

Однією із переваг інвестування у військові облігації є можливість дострокового продажу ОВДП на вторинному ринку. Поведінка інвесторів на первинному та вторинному ринках подана на рис. 3.

Первинне розміщення облігацій здійснювалось серед інвесторів, які брали участь в аукціонах з розміщення військових облігацій на первинному ринку. Лише 15,9% юридичних осіб продавали військові облігації на вторинному

ринку. Частка фізичних осіб, які перепродали раніше випущені облігації, становила 30,47%. Нерезиденти, навпаки, віддали перевагу достроковому продажу облігацій. Їх частка становила 61,09% порівняно із 38,91% нерезидентів, які здійснили первинне розміщення військових облігацій.

Статистика Міністерства фінансів України показує, що джерелами фінансування державного бюджету, крім військових облігацій, є кредити від Міжнародних фінансових організацій, двосторонні кредити та гранти. Джерела

Склад і структура джерел фінансування державного бюджету України в умовах воєнного стану

Таблиця 2

Джерела фінансування	Млн. грн.	%
НБУ	400000	23,58
Грант від США	409147	24,12
Двосторонні кредити і гранти від ЄС	280806	16,55
ОВДП (в т.ч. військові)	250771	14,78
Кредити від МВФ, Великобританії та ЄІБ	144352	8,51
Двосторонні кредити і гранти від інших країн (Канада, Німеччина, Світовий банк, Японія, Франція, Нідерланди, тощо)	211319	12,46
Разом	1696395	100

Джерело: [7]

фінансування державного бюджету з 24 лютого 2022 р. до 31 грудня 2022 р. подані у табл. 2.

Основним покупцем військових облігацій в умовах війни виступав НБУ. Так, 08 березня 2022 року Правління НБУ прийняло Постанову № 43 “Про здійснення купівлі облігацій внутрішньої державної позики “Військові облігації” у період дії воєнного стану” [8], відповідно до якої НБУ за зверненням Міністерства фінансів України здійснювало купівлю військових ОВДП за номінальною вартістю, збільшеною на суму нарахованого купонного доходу на дату придбання. Обсяги купівлі погоджувались Правлінням НБУ з врахуванням ситуації на фінансовому ринку та стану публічних фінансів. Така купівля здійснювалась за рахунок емісії гривні, через укладання договору між НБУ та Міністерством фінансів і не включалась до результатів аукціонів із продажу військових облігацій, які проводяться щотижнево у вівторок.

Отже, частка фінансування державного бюджету через НБУ, за рахунок військових облігацій, становила 23,58%, а частка одержаних коштів від розміщення ОВДП, в тому числі військових, на аукціонах, складала 14,78%, що

свідчить про дієвість такого інструменту інвестування як військові ОВДП. Помісячне надходження коштів від продажу військових облігацій наведено на рис. 4.

Наведені дані свідчать про ефективність використання такого фінансового інструменту як випуск військових облігацій з позиції як наповнення державного бюджету, так і усвідомлення інвесторами свого вкладу у боротьбі з агресором, можливості збереження та примноження власних заощаджень.

Висновки. Сьогодні військові облігації відіграють важливу роль у фінансуванні державного бюджету та підтримці національної економіки. Основними перевагами вкладання коштів у військові облігації для інвесторів є: можливість фінансово допомогти державі в умовах воєнного стану; гарантія держави на 100% придбаних облігацій; перевищення доходності від облігацій над доходністю від депозитів; відсутність податку на доходи фізичних осіб, отриманого від облігацій; можливість їх дострокового продажу на вторинному ринку; можливість отримання кредиту під заставу облігацій; можливість хеджування валютного ризику.

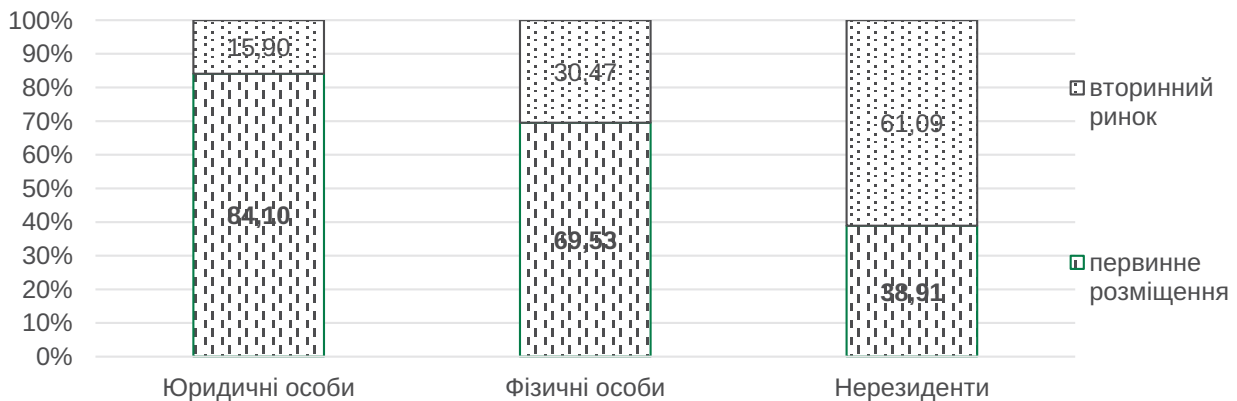


Рис. 3. Структура розміщення військових облігацій на фондовому ринку України у 2022 р.

Джерело: побудовано автором на основі [6]

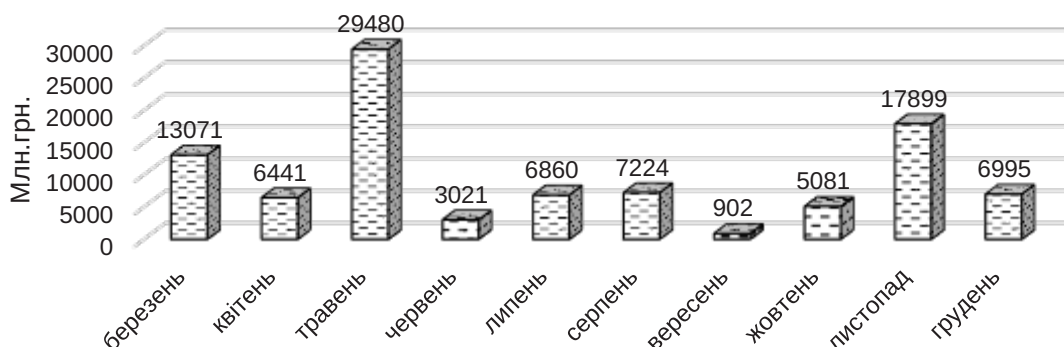


Рис. 4. Динаміка залучення коштів до Державного бюджету від продажу військових облігацій за результатами аукціонів у 2022 р.

Джерело: побудовано автором на основі [9]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Хомюк Н. Сучасні тенденції розвитку ринку цінних паперів в Україні. *Проблеми раціонального використання соціально-економічного, еколого-енергетичного, нормативно-правового потенціалу України та її регіонів* : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції ГО «ІЕЕЕД». 2022. Луцьк. С. 152–153.
2. Петренко Г. О. Деякі питання випуску військових облігацій внутрішньої державної позики в умовах воєнного періоду. *Забезпечення публічної безпеки і порядку в умовах воєнного стану* : матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. 2022. Кропивницький. С. 293–295.
3. Постанова КМУ від 25 лютого 2022р. № 156 “Про випуск облігацій внутрішньої державної позики “Військові облігації”. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vipusk-obligacij-vnutrishnoyi-derzhavnoyi-poziki-vijskovi-obligaciyi-156>.
4. Облігації внутрішньої державної позики. URL: <https://index.minfin.com.ua/finance/bonds>.
5. Постанова Правління НБУ від 23 березня 2022р. № 60 “Про особливості виконання окремих вимог законодавства у сфері фінансового моніторингу, валютного нагляду, нагляду з питань реалізації і моніторингу ефективності персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій) протягом дії воєнного стану”. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0060500-22#Text>.
6. Військові ОВДП в обігу та кількість власників станом на 01.01.2023. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all>.
7. Джерела фінансування державного бюджету в період війни. URL: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D1%8F_30_12_22.pdf.
8. Постанова Правління НБУ від 08 березня 2022 року № 43 “Про здійснення купівлі облігацій внутрішньої державної позики “Військові облігації” у період дії воєнного стану”. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_08032022_43.
9. Оголошення та результати аукціонів. URL: <https://mof.gov.ua/uk/ogoloshennja-ta-rezultati-aukcioniv>.

REFERENCES:

1. Khomiuk N. (2022) Suchasni tendentsii rozvytku rynku tsinnykh paperiv v Ukraini. [Modern trends in the development of the securities market in Ukraine]. *Problems of rational use of socio-economic, ecological-energy, regulatory and legal potential of Ukraine and its regions: materials of the 2nd International Scientific and Practical Conference of the NGO “IEEED”*. Lutsk. pp. 152–153.
2. Petrenko H. O. (2022) Deiaki pytannia vypusku viiskovykh oblihotsii vnutrishnoi derzhavnoi pozyky v umovakh voiennoho periodu. [Some issues of issuing military bonds of the domestic state loan in the conditions of the war period]. *Ensuring public safety and order under martial law: materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference*. Kropyvnytskyi, pp. 293–295.
3. Resolution of the CMU dated February 25, 2022. №. 156 “On the issue of bonds of the domestic state loan “Military bonds”. Available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/pro-vipusk-obligacij-vnutrishnoyi-derzhavnoyi-poziki-vijskovi-obligaciyi-156>.
4. Domestic state loan bonds. URL: <https://index.minfin.com.ua/finance/bonds>.
5. Resolution of the NBU Board dated March 23, 2022. № 60 “On the peculiarities of the implementation of certain requirements of the legislation in the field of financial monitoring, currency supervision, supervision over the implementation and monitoring of the effectiveness of personal special economic and other restrictive measures (sanctions) during the period of martial law”. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0060500-22#Text>
6. Military bonds in circulation and the number of owners as of January 1, 2023.
7. Available at: <https://bank.gov.ua/ua/news/all>.
8. Sources of financing the state budget during the war. Available at: https://mof.gov.ua/storage/files/%D0%A4%D1%96%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D1%83%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B-D%D1%8F_30_12_22.pdf.
9. Resolution of the Board of the NBU dated March 8, 2022 № 43. “On the purchase of bonds of the internal state loan “Military Bonds” during the period of martial law”. URL: https://bank.gov.ua/ua/legislation/Resolution_08032022_43.
10. Announcements and results of auctions. Available at: <https://mof.gov.ua/uk/ogoloshennja-ta-rezultati-aukcioniv>.

СТАТИСТИКА

УДК 331:330.4:338.1

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-13>

МЕТОДИ СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: КРИТИЧНИЙ ОГЛЯД

METHODS OF STATISTICAL MODELING OF ECONOMIC PROCESSES: A CRITICAL OVERVIEW

Вдовин М.Л.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри статистики,
Львівський національний університет імені Івана Франка
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7699-9744>

Vdovyn Mariana

Ivan Franko National University of Lviv

У статті розглянуто різні методи моделювання економічних процесів, зокрема методи багатовимірної статистики, такі як кластерний аналіз, багатовимірне ранжування, таксономічний аналіз, множинна регресія та кореляція, дискримінантний аналіз, багатовимірне шкалювання тощо. Методи статистичного моделювання систематизовано та візуалізовано. Коротко охарактеризовано сутність методів багатовимірної статистики та вказано певні особливості цих методів, передумови до їх використання тощо. Наведено приклад використання одного з методів статистичного моделювання, а саме таксономічного аналізу на регіональному рівні. Здійснено розрахунок таксономічних показників розвитку регіонів України, а також виділено регіони-лідери та регіони-аутсайди за результатами таксономічного аналізу.

Ключові слова: статистичне моделювання, економічна система, економічні явища та процеси, методи моделювання, багатовимірна статистика, таксономічний аналіз.

The article discusses various methods of modeling economic processes, in particular methods of multidimensional statistics, such as cluster analysis, multidimensional ranking, taxonomic analysis, multiple regression and correlation, discriminant analysis, multidimensional scaling, etc. Methods of statistical modeling are systematized and visualized. The variety of methods of modeling economic processes requires their systematization and comparative analysis. A critical overview of multidimensional statistical methods and methods used to analyse one-dimensional economic processes helps researchers understand which modeling method to choose and which prerequisites for using the method should be considered. The essence of the methods of multidimensional statistics is briefly described and certain features of these methods, prerequisites for their use, etc. are indicated. An example of the use of one of the methods of statistical modeling, taxonomic analysis at the regional level, is given. The taxonomic indicators of the development of the regions of Ukraine were calculated, as well as the leader regions and outsider regions were selected based on the results of the taxonomic analysis. The article states that taxonomic analysis can also be attributed to the group of classification methods, since in the process of applying the method, elements are not simply ordered, but also search for distances to the standard vector, which is already a sign of clustering. The taxonomic analysis of the regions of Ukraine was carried out according to such indicators as capital investments, foreign trade turnover, the unemployment rate and the number of active business entities. Standardization of indicators was carried out using the range of variation, taking into account stimulating indicators and destimulating indicators. Thus, it can be clearly seen that the leading regions mostly include those regions that are industrially developed, and the outsider regions are those areas that require additional capital investments. The results and recommendations are presented for the year 2021, since in February 2022 a full-scale russian invasion of the territory of Ukraine took place.

Keywords: statistical modeling, economic system, economic phenomena and processes, modeling methods, multidimensional statistics, taxonomic analysis.

Постановка проблеми. Економічні системи є дуже різноманітними і кожна з них має певні особливості. Важливо не лише фахово оцінити чинники впливу на ту, чи іншу систему, показники, які впливають на різні економічні процеси, але й вміти вдало підібрати конкретний метод моделювання, який допоможе дослідити різні статистичні сукупності з урахуванням передумов використання цих методів та особливостей моделювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням питань моделювання економічних явищ та процесів займалося багато науковців. Зокрема, методи моделювання бізнес-процесів розглянуто у [1], про багатокритеріальне моделювання при ухваленні рішень описано у [2], а про економетричні методи у [3]. Різні методи багатовимірної статистики знайшли своє відображення у низці наукових праць, зокрема метод головних компонент використано у [4], дискримінантний аналіз у [5], багатовимірне ранжування у [6], множинна регресія та множинний кореляційний аналіз у [7; 8], таксономічний аналіз у [9; 10], кластерний у [11; 12]. Слід також зазначити, що велику увагу авторів зосереджено на економічному розвитку країн, регіонів, суб'єктів бізнесу. Панчишин Т. В. у [13] розглядає інвестування в людський капітал як можливість забезпечення сталого економічного зростання країни. Драченко А. та Юрчишина Л. у [14] використали вертикальний, горизонтальний та кореляційно-регресійний аналіз для оцінювання та моделювання діяльності підприємств. Чі-Вей Су та співавтори у [15] описують безробіття, яке є одним з дестимуляторів економічного розвитку, у країнах Європи та вплив COVID-19 на нього. Очевидно, що економічні системи дуже динамічні, а явища і процеси, які відбуваються в економічному житті кран потребують постійного відстеження. На нашу думку важливо розглянути сукупність методів статистичного моделювання, які допоможуть дослідити функціонування будь-якої економічної системи.

Постановка завдання. Метою дослідження є огляд різних методів моделювання економічних явищ та процесів та їх систематизація. Важливим є також розгляд прикладу застосування одного з методів, таксономічного аналізу, для дослідження та моделювання економічних систем.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інтелектуальним інструментом дослідження та моделювання економічних систем є методи багатовимірної статистики. Самі ці методи дозволяють аналізувати реальні економічні явища та процеси, які характеризуються великою сукупністю ознак. Ознакова множина для дослідження представлена матрицею, у якій певні об'єкти оцінюють за різними критеріями, показниками тощо. До даної групи методів

відносять методи: багатовимірною ранжування та таксономії (інтегральне оцінювання, таксономічний аналіз); багатовимірної класифікації (кластерний аналіз, дискримінантний аналіз); багатовимірною шкалювання; множинної регресії та кореляції; компонентного аналізу (метод головних компонент); дисперсійного аналізу тощо.

Крім методів багатовимірної статистики, серед методів статистичного моделювання виділяють також і методи, які дозволяють аналізувати одновимірні процеси. До них відносять парний кореляційний та регресійний аналізи, однофакторний дисперсійний аналіз, несиметричні кореляційні методи тощо. Візуально систематизацію методів статистичного моделювання можна представити на рис. 1.

Звісно, що кожен з наведених методів має свої переваги і недоліки, а також певні передумови до їх використання. Наприклад, дискримінантний аналіз допомагає віднести нові об'єкти до виділених груп, кластерів чи таксонів, однак його не можна застосовувати, якщо в певному кластері є лише один елемент. На практиці такі ситуації трапляються доволі часто. Це пов'язано з тим, що певні елементи економічні системи суттєво різняться від решти елементів, тому при процедурі кластеризації потрапляють в окремий кластер. Кластеризація з таким результатом проілюстрована у [12]. Очевидно, що є причини, чому Угорщина потрапила в окремий кластер серед країн ЦСЄ, але якщо б потрібно було здійснювати дискримінантний аналіз на основі утворених кластерів, то цього не можна було б зробити, бо вимоги до вхідних даних були б не виконані. Тобто, варто пам'ятати, що для різних методів є різні вимоги до вхідних даних і зважати на це при використанні конкретного методу моделювання економічних процесів.

Методи кластеризації важливі тоді, коли економічна система складається з неоднорідних елементів. У такому випадку використання багатьох методів статистичного аналізу є некоректним, а власне процедури кластеризації допомагають вирішити цю проблему, бо розбивають сукупність на певні групи, яким характерна наявність однорідних елементів і можливість застосування методів багатовимірної статистики.

Багатовимірне ранжування дає можливість упорядкувати елементи економічної системи за ступенем важливості враховуючи різні ознаки одночасно. Однак, важко зазначити, що результат дуже залежить від обраного способу стандартизації показників, тому іноді доцільно стандартизувати вхідні дані різними способами та співставляти отримані результати.

Множинна кореляція допомагає визначити тісноту впливу багатьох чинників на результат, а множинна регресія з'ясувати аналітичний вираз моделі, у якій враховано цей вплив. Проблемою є наявність мультиколінеарності,

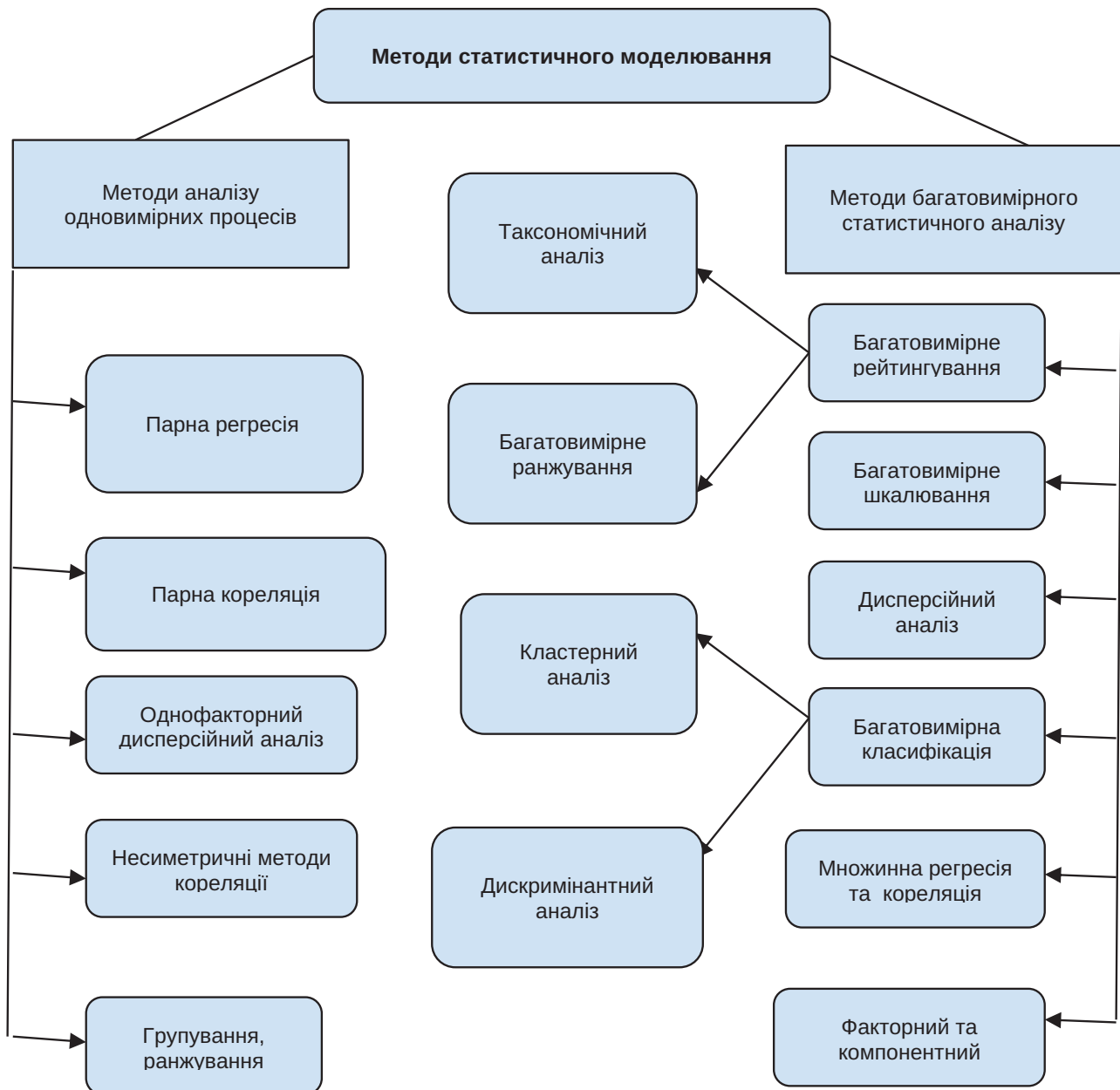


Рис. 1. Систематизація методів статистичного моделювання

Джерело: побудовано автором

тому завжди необхідно перевіряти наскільки чинникові ознаки скорельовані між собою.

Компонетний аналіз, зокрема метод головних компонент, надзвичайно корисний у дослідженні будь-яких економічних процесів, допомагає визначити взаємозв'язки між різними елементами економічної системи та виявляти приховані чинники (фактори), існування лінійних статистичних кореляцій між показниками тощо, однак він не завжди ефективно зменшує розмірність матриці вхідної інформації.

Методи багатовимірних шкалювання використовують для візуалізації віддаленості в просторі, вони дають можливість пошуку схожих

елементів економічної системи та дозволять графічно представити зв'язки між ними. Дуже корисні у маркетингових дослідженнях, що проілюстровано у [16] та мають перевагу над багатьма методами факторного аналізу, бо можуть бути використані для об'єктів будь-якої природи, до різних шкал ознак.

Дисперсійний багатофакторний аналіз допомагає вирішити такі завдання: оцінити відмінності між груповими середніми економічної системи; вивчити можливості взаємодії різних чинників та перевірити істотність відмінностей між парами середніх значень показників економічних процесів. У практичному застосуванні

дисперсійного аналізу важливо обрати правильну його форму, зважаючи на структуру та природу самої економічної системи.

Слід зазначити, що таксономічний аналіз можна відносити і до групи методів класифікації, оскільки у процесі застосування методу елементи не просто впорядковують, але й здійснюють пошук віддалей до вектора-еталону, а це вже ознака кластеризації.

На нашу думку, доцільно представити приклад застосування таксономічного аналізу для ілюстрації використання одного з методів статистичного моделювання. Для аналізу обрано регіони України, які оцінюватимемо за показниками економічного розвитку. Метою дослідження є визначення місця кожного регіону серед інших регіонів України.

Таксономічний аналіз регіонів України здійснено за такими показниками, як капітальні інвестиції (тис. грн), зовнішньоторговельний оборот (тис дол США), рівень безробіття (%) та кількість діючих суб'єктів бізнесу. Стандартизацію показників проведено за допомогою розмаху варіації, причому було враховано, що рівень безробіття – це дестимулятор, решта показників – стимулятори. Відстань до вектора-еталону розраховано за допомогою Евклідової віддалі. Результати таксономічного аналізу по 10 регіонах-лідерах та 10 регіонах аутсайдерів представлено у табл. 1. Щодо решти регіонів, слід зазначити, що Сумська і Харківська посіли 11 та 12 позиції відповідно, Рівненська, Полтавська та Черкаська були 13, 14 та 15 у рейтингу.

Варто зазначити, що Автономна Республіка Крим у дослідженні не врахована, оскільки з 2014 року її анексовано росією. Результати Донецької та Луганської областей представлені без врахування окупованих територій.

Цілком очевидним, було те, що м. Київ став лідером. Іноді дослідники не враховують м. Київ у аналізі економічних систем, оскільки в Україні лише два міста зі спеціальним статусом: Київ та

Севастополь, а останнє знаходиться на анексованій території, тому не може бути враховане у статистичних дослідженнях. Однак, на нашу думку, все ж важливо оцінити стан речей і у столиці нашої держави. До топ-5 лідерів також увійшли: Дніпропетровська, Київська, Донецька та Чернівецька області. Вважаємо, що Донецька потрапила через досить велику кількість суб'єктів бізнесу, які були враховані у рейтингуванні, а Чернівецька через відносно низький рівень безробіття, принаймні у порівнянні з іншими регіонами. Серед регіонів аутсайдерів – Херсонська, Луганська, Закарпатська, Житомирська та Вінницька. Вочевидь, очільникам цих регіонів варто звернути увагу на можливість покращення інвестиційного клімату для збільшення обсягу капітальних інвестицій та зменшення рівня безробіття.

Висновки. Різноманітність методів моделювання економічних процесів потребує їх систематизації та компаративного аналізу. Критичний огляд методів багатовимірної статистики та методів, які використовують для аналізу одновимірних економічних процесів, допомагає дослідникам зрозуміти, який конкретно метод моделювання обрати та на які передумови використання методу слід звернути увагу.

Оцінивши стан та розвиток економічного стану регіонів України за допомогою таксономічного аналізу, можна чітко простежити, що до регіонів-лідерів здебільшого увійшли ті регіони, які є промислово розвиненими, а регіони-аутсайдері – це ті області, які потребують додаткових капіталовкладень. Очевидно, що результати представлено за 2021 рік, тому усі рекомендації були б доцільні та корисні, якби у лютому 2022 не відбулось повномасштабне вторгнення росії на територію України. В умовах війни важливо зберегти макроекономічну стабільність, спробувати зменшити тиск на валютному ринку та розробити чіткі плани відбудови держави після завершення війни.

Таблиця 1

Регіони-лідери та регіони-аутсайдері за таксономічними показниками економічного розвитку у 2021 році

Регіони-лідери України	Таксономічний показник	Ранг	Регіони-аутсайдері України	Таксономічний показник	Ранг
Дніпропетровська	0,799	2	Вінницька	0,422	25
Донецька	0,538	4	Волинська	0,474	17
Запорізька	0,497	8	Житомирська	0,447	24
Івано-Франківська	0,488	10	Закарпатська	0,453	22
Київська	0,574	3	Кіровоградська	0,476	16
Львівська	0,493	9	Луганська	0,449	23
Миколаївська	0,507	6	Тернопільська	0,468	18
Одеська	0,499	7	Херсонська	0,453	21
Чернівецька	0,514	5	Хмельницька	0,468	19
м. Київ	1,000	1	Чернігівська	0,465	20

Джерело: побудовано автором за даними [17]

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Параниця Н. В., Параниця С. П., Буличов О. С. Методологія моделювання бізнес-процесів. *Економіка та держава*. 2022. № 3. С. 59–62.
2. Ahmet Selcuk Yalcin, Huseyin Selcuk Kilic, Dursun Delen. The use of multi-criteria decision-making methods in business analytics: A comprehensive literature review. *Technological Forecasting and Social Change*. Volume 174. 2022. 121193. ISSN 0040-1625. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121193>.
3. Зомчак Л. М., Рудницька Я. І. Економетричне моделювання залежностей між макроекономічним станом України та обсягами залучених депозитів. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 49. С. 196–200.
4. Гринчак Н. А. Застосування методу головних компонент для визначення факторів розвитку ринку логістичних послуг України. *Комунальне господарство міст*. 2020. Том 7. Вип. 160. С. 40–47.
5. Черкашина Т. С. Оцінка боргової безпеки країн Південно-Східної Європи на основі дискримінантного аналізу. *Галицький економічний вісник*. 2022. № 5.
6. Вдовин М., Міщук Т. Рейтингування регіонів України за показниками добробуту населення. *Вісник Сумського національного аграрного університету*. 2022. Вип. (1 (91)). С. 3–9.
7. Каща М. О., Ревенко А. В. Моделювання впливу тіньової економіки на макроекономічні показники України. *Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка*. 2022. № 2. С. 98–105. DOI:10.21272/1817-9215.2022.2-11.
8. Pareto, A. A robust method for regression and correlation analysis of socio-economic indicators. *Qual Quant*. 2022. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01599-z>.
9. Młodak, A. Ocena zmienności cech statystycznych w modelu taksonomicznym. *Wiadomości Statystyczne*. 2005. № 9. P. 5–18.
10. Malina, A. Wielokryterialna taksonomia w analizie porównawczej struktur gospodarczych Polski, [w:] A. Zeliaś (red.) *Przestrzenno-czasowe modelowanie i prognozowanie zjawisk gospodarczych*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie. 2002. P. 305–312.
11. Zomchak L., Drobotii Y. Regional competitiveness: clustering regions of Ukraine. *Modern technologies in the development of economy and human well-being: monograph*. Publishing House of University of Technology, Katowice, 2020. P. 20–27.
12. Вдовин М. Л., Зомчак Л. М., Бондар О. В. Кластеризація країн ЦСЄ за показниками ЗЕД. *Економіка та суспільство*. 2021. Вип. 26. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-77>.
13. Панчишин Т. В. Інвестування людського капіталу – запорука модернізації економіки України. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія : Економіка*. 2017. Вип. 1(2). С. 99–104.
14. Драченко А., Юрчишена Л. Концептуальний підхід до моделювання впливу фінансових показників на прибуток підприємства. *Економіка та суспільство*. 2022. № 44. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-44-44>.
15. Chi-Wei Su, Ke Dai, Sana Ullah & Zubarua Andlib (2022). COVID-19 pandemic and unemployment dynamics in European economies. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*. Volume 35, Issue 1, pp. 1752–1764.
16. Батутіна А. П., Коропій Н. А. Можливість застосування методів багатомірного шкалювання в маркетингу. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2010. № 6. Т 4. С. 89–93.
17. Офіційний сайт Державної служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 23.12.2022).

REFERENCES:

1. Paranytsia N. V., Paranytsia S. P., Bulychov O. S. (2022). Metodolohiia modeliuvannia biznes-protsesiv [Business process modeling methodology]. *Ekonomika ta derzhava*. № 3/2022, pp. 59–62.
2. Ahmet Selcuk Yalcin, Huseyin Selcuk Kilic, Dursun Delen (2022). The use of multi-criteria decision-making methods in business analytics: A comprehensive literature review. *Technological Forecasting and Social Change*. Volume 174. 121193. ISSN 0040-1625.
3. Zomchak L. M., Rudnytska Ya. I. (2020). Ekonometrychne modeliuvannia zalezhnosti mizh makroekonomichnym stanom Ukrainy ta obsiahamy zaluchenykh depozytiv [Econometric modeling of dependences between macroeconomic conditions of Ukraine and deposits volumes]. *Black Sea Economic Studies*, vol. 49, pp. 196–200.
4. Hrynychak N. A. (2020). Zastosuvannia metodu holovnykh komponent dlia vyznachennia faktoriv rozvytku rynku lohistychnykh posluh Ukrainy [Application of the method of main components to determine the development factors of the logistics services market of Ukraine]. *Komunalne hospodarstvo mist*. T 7. Vol. 160, pp. 40–47.
5. Cherkashyna T. S. (2022). Otsinka borhovoï bezpeky krain Pivdenno-Skhidnoi Yevropy na osnovi dyskryminantnoho analizu [Assessment of debt security of the countries of South-Eastern Europe based on discriminant analysis]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*. № 5.
6. Vdovyn M., Mishchuk T. (2022). Reitynhuvannia rehioniv Ukrainy za pokaznykamy dobrobutu naseleння [Ranking of the regions of Ukraine according to indicators of population well-being]. *Visnyk Sumskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu*, vol. (1 (91)), pp. 3–9.
7. Kashcha M. O., Revenko A. V. (2022). Modeliuvannia vplyvu tinovoi ekonomiky na makroekonomichni pokaznyky Ukrainy [Modeling the impact of the shadow economy on macroeconomic indicators of Ukraine]. *Visnyk Sumskoho derzhavnoho universytetu. Seriiia Ekonomika*. № 2, pp. 98–105.

8. Pareto, A. (2022). A robust method for regression and correlation analysis of socio-economic indicators. *Qual Quant*. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11135-022-01599-z>.
9. Młodak, A. (2005). Ocena zmienności cech statystycznych w modelu taksonomicznym [Evaluation of the variability of statistical features in a taxonomic model]. *Wiadomości Statystyczne*, № 9, pp. 5–18.
10. Malina, A. (2002). Wielokryterialna taksonomia w analizie porównawczej struktur gospodarczych Polski [Multi-criteria taxonomy in comparative analysis of economic structures in Poland], [w:] A. Zeliaś (red.) *Przestrzenno-czasowe modelowanie i prognozowanie zjawisk gospodarczych*. Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, pp. 305–312.
11. Zomchak L., Drobotii Y. (2020). Regional competitiveness: clustering regions of Ukraine. *Modern technologies in the development of economy and human well-being*. (Monograph 39), (pp. 20–27). Katowice: Publishing House of University of Technology.
12. Vdovyn M. L., Zomchak L. M., Bondar O.V. (2021). Klasteryzatsiya krayin TSSYE za pokaznykamy ZED [Clustering of the CEE countries according to the indicators of foreign economic activity]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, № 26.
13. Panchyshyn T. V. (2017). Investuvannia liudskoho kapitalu – zaporuka modernizatsii ekonomiky Ukrainy [Investing in human capital is the key to the modernization of Ukrainian economy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho universytetu*, vol. 1(2), pp. 99–104.
14. Drachenko, A., Yurchyshena, L. (2022). Kontseptualnyi pidkhid do modeliuvannia vplyvu finansovykh pokaznykiv na prybutok pidpriemstva [Conceptual approach to modeling the impact of financial indicators on the company's profit]. *Ekonomika ta suspil'stvo*, (44).
15. Chi-Wei Su, Ke Dai, Sana Ullah & Zubarua Andlib (2022). COVID-19 pandemic and unemployment dynamics in European economies. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. Volume 35, Issue 1, pp. 1752–1764.
16. Batutina A. P., Koropii N. A. (2010). Mozhlyvist zastosuvannia metodiv bahatomirnoho shkaliuvannia v marketynhu [The possibility of using multidimensional scaling methods in marketing]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu*, № 6. T. 4, pp. 89–93.
17. State Statistic Service of Ukraine. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 23 October 2022).

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

УДК 656.7:006.31

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-14>

DELIVERY ROUTES OPTIMIZATION USING MACHINE LEARNING ALGORITHMS

ОПТИМІЗАЦІЯ МАРШРУТІВ ДОСТАВКИ ЗА ДОПОМОГОЮ АЛГОРИТМІВ МАШИННОГО НАВЧАННЯ

Verbytskyi Yaroslav
Postgraduate Student,
European University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5675-3912>

Вербицький Я.С.
аспірант,
Європейський Університет

Delivery route optimization is a crucial concern in the logistics industry, affecting delivery times, costs, and customer satisfaction. The conventional methods for optimizing delivery routes are time-consuming and require substantial manual efforts. To address these limitations, they have increasingly used machine learning algorithms for more efficient and effective optimization. This paper reviews modern techniques for delivery route optimization using machine learning algorithms, including the key challenges faced by delivery companies. Metaheuristic methods, reinforcement learning, and machine learning are discussed, along with their advantages and limitations. In developing a delivery route optimization system, factors such as the number of vehicles, their capacity, delivery time windows, road networks, and customer demand are considered. Different optimization objectives, such as minimizing delivery time, reducing transportation costs, and maximizing customer satisfaction, are presented. Finally, the paper highlights future research directions, including multi-agent systems, swarm intelligence, and hybrid algorithms. This paper provides a comprehensive review of delivery route optimization using machine learning algorithms and can be useful for practitioners and researchers in the logistics industry.

Keywords: Logistics, Machine learning, Real-time monitoring, Traffic patterns, Metaheuristics

JEL classification: C44, C61, C63, D24

Оптимізація маршрутів доставки є критично важливим питанням у логістичній галузі, оскільки вона впливає на час доставки, витрати та задоволеність клієнтів. Традиційні методи, що використовувалися в минулому для оптимізації маршрутів доставки, займають багато часу і вимагають значних зусиль. Для подолання цих обмежень все частіше застосовуються алгоритми стохастичної оптимізації і машинного навчання, які дозволяють вирішувати проблему оптимізації більш ефективно. У цій статті представлено огляд класичних методів, таких як моніторинг трафіку в режимі реального часу, використання часових вікон та методи групових доставок. Також приділено увагу сучасним методам оптимізації маршрутів доставки за допомогою алгоритмів машинного навчання. У статті розглядається концепція оптимізації маршрутів доставки та її важливість в логістичній галузі. Представлені ключові виклики, з якими стикаються компанії, що здійснюють доставку при оптимізації своїх маршрутів доставки. Розглядаються різні типи алгоритмів машинного навчання, які зазвичай використовуються для оптимізації маршрутів доставки, включаючи алгоритми метаевристики, навчання з підкріпленням і глибокого навчання. Увагу приділено різниці між алгоритмами. Обговорюються переваги та обмеження кожного типу алгоритмів. В статті обговорюються різні цілі оптимізації, які можна розглянути, такі як мінімізація часу доставки, мінімізація транспортних витрат і максимізація задоволеності клієнтів. Стаття завершується обговоренням майбутніх напрямків досліджень в області оптимізації маршрутів доставки з використанням алгоритмів машинного навчання. Це включає використання передових методів, таких як ройовий інтелект та гібридні алгоритми. Таким чином, дана робота містить комплексний огляд останніх розробок в області оптимізації маршрутів доставки з використанням стохастичних методів. Висновки цієї статті можуть бути корисними для дослідників та практиків у логістичній галузі, щоб краще зрозуміти виклики та можливості використання алгоритмів машинного навчання для оптимізації маршрутів доставки.

Ключові слова: Логістика, Машинне навчання, Моніторинг в реальному часі, Патерни трафіку, Метаевристика.

Problem formulation. Delivery route optimization is a critical problem in logistics because it has a significant impact on the overall performance of delivery companies. Optimized delivery routes can result in improved operational efficiency, reduced costs, faster delivery times, and enhanced customer satisfaction. One of the primary challenges in optimizing delivery routes is the unpredictable nature of demand. Delivery companies must be able to predict demand accurately to optimize their routes effectively. Another challenge in optimizing delivery routes is the need to consider various factors, such as traffic patterns, road conditions, and delivery windows. The paper will review the existing literature on these factors and the different methods that have been proposed to optimize delivery routes.

Analysis of recent research and publications. Logistics problems have always been a priority for economic researchers. One of the main tasks of planning in trade logistics is to achieve the desired level of service and quality of supply at the lowest possible price level [1, p. 15]. Transportation planning is one of the main challenges in logistics. S. Nily, A. Federgruen, conducted a fundamental study of optimization methods for cost reduction in transportation. The paper provides a method for minimizing transportation and inventory costs for a distribution system with a depot and many geographically dispersed retailers [2]. Ferrier found that real-time traffic monitoring is beneficial because it is fast and accurate [3]. An approach of minimization of transportation risks based on determining the shortest path presented by Ukrainian researchers O. Yashkina and D. Yashkin [4] method gives all possible routes for cargo transportation with a corresponding projected number of road accidents. Then finding the route that has a minimal projected number of road accidents at each stage. A later study of optimization problems was integrally connected with the development of computer technology.

In particular, machine learning algorithms. Nemoto and Rothengatter [5] suggest using the milk run method that involves multiple suppliers and one route. It helps to minimize the total cost spent in delivering goods by finding an optimal combination of routes within the capacity of the trucks' total volume. Last-Mile logistics should be mentioned too. Last-mile logistics is the process of delivering goods from a transportation hub to their final destination. It typically involves multiple steps, such as picking up orders at warehouses or distribution centers and then transporting them to customers' homes or businesses [6]. All of these methods could potentially be effective ways to optimize delivery routes.

Previously unsolved parts of the problem. The main research gaps and limitations of the current literature identified in this paper are the lack of studies that consider multiple objectives, such

as cost, time window constraints, environmental impact, etc. when optimizing last-mile delivery routes. Limited use of machine learning algorithms for real-world applications due to lack of data availability or difficulty in obtaining accurate predictions from existing models. Insufficient attention is given to sustainability aspects like energy consumption during the transportation process, which can have a significant effect on overall efficiency and performance metrics associated with last-mile logistics optimization techniques.

Formulation of the aims of the article. This paper aims to summarize delivery route optimization, highlighting the importance of this problem in logistics and identifying the gaps in existing research. The paper will be useful for researchers and practitioners in the logistics industry who are interested in optimizing delivery routes to improve operational efficiency, reduce costs, and enhance customer satisfaction.

The main research material. Optimizing delivery routes is a complex problem that has many different approaches. There are classical methods such as real-time traffic monitoring, group deliveries, delivery utilization, vehicle load optimization, etc. Real-time traffic monitoring is a technique that enables delivery companies to receive live updates on the current traffic conditions. By leveraging this information, they can reroute their vehicles to avoid congestion and reduce delivery times. This can have a significant impact on the overall performance of the delivery network, as it helps to reduce delays and ensure that deliveries are made on time [7]. Real-time traffic monitoring can help drivers avoid congestion and optimize their routes to reduce delivery times.

Group deliveries are another strategy that can be used to optimize delivery routes. By combining multiple deliveries into a single trip, delivery companies can reduce the number of vehicles on the road and save on fuel costs. Group deliveries also help to reduce the overall delivery time, as drivers can make multiple stops along their route. This approach is particularly effective in urban areas, where traffic congestion can be a major issue. Grouping deliveries to specific locations can help reduce the distance traveled and the number of stops required, thereby improving the efficiency of the delivery route.

Using delivery time windows is another way to optimize delivery routes. Many customers have specific time windows during which they would like their deliveries to be made. By taking these preferences into account and planning deliveries, delivery companies can reduce the number of trips and vehicles required to complete their deliveries. This helps to reduce delivery costs and improve customer satisfaction by ensuring that deliveries are made within the specified periods. Setting delivery time windows can help drivers plan their

routes more efficiently and reduce wait times at delivery locations.

Stochastic algorithms can be used to optimize routes by finding the most efficient path between two points. It works by randomly selecting and evaluating different combinations or parameters until it finds an optimal combination that maximizes (or minimizes) some objective function. These algorithms use random sampling techniques such as genetic programming to explore different possible paths, evaluate them based on certain criteria (such as distance or time) and then select the best route that meets those criteria. This approach is often more effective than traditional optimization methods since it takes into account all of the variables involved in a given problem instead of just one or two at a time. Stochastic optimization can be applied in many areas, such as Machine Learning, where there are multiple variables with complex interactions between them, which need to be optimized for maximum performance [8].

The most effective and modern way for delivery route optimization is Machine Learning (ML). Machine learning algorithms have become increasingly popular for optimizing delivery routes because of their ability to overcome the limitations of classical methods like real-time traffic monitoring. Machine learning algorithms can optimize routes by using data from past trips and applying predictive models that learn patterns in the data. These models can then suggest more efficient paths for future journeys, considering factors such as traffic conditions or weather forecasts [9]. Machine Learning focuses on the development of algorithms and models and making predictions or decisions without being explicitly programmed to do so. It uses techniques such as supervised learning (where labeled training datasets are used for model building) and unsupervised learning (where unlabeled datasets are used). ML algorithms can optimize delivery routes by predicting accidents and analyzing the combination of high-frequency risk factors throughout the entire process. ML algorithms for delivery route optimization typically require data, such as customer locations, delivery times, and distances between customers. They may also need information about the type of goods being delivered (e.g., weight or size), traffic conditions in certain areas, road restrictions because of construction work, etc. All this data is used by ML algorithms to calculate optimal delivery routes that minimize cost while maximizing efficiency and customer satisfaction. There are a lot of modern algorithms which can be useful for routes optimization. Machine learning algorithms, such as Particle Swarm Optimization (PSO), Ant Colony Optimization (ACO), and Genetic Algorithms (GA).

These algorithms are inspired by natural phenomena and are designed to solve complex

optimization problems more efficiently than traditional methods.

Particle Swarm Optimization (PSO) is an optimization technique that uses a swarm of particles to search for the optimal solution in complex problems. It works by having each particle represent a potential solution and then using its current position, velocity, and personal best-known positions as inputs into equations that determine how it moves around the problem space. The goal is to find solutions with higher fitness values than those found previously until eventually converging on an optimum value or set of parameters. PSO can be used for route optimization by having each particle represent an individual solution and then using its position in space as well as information from other nearby particles to update itself towards better solutions over time. This allows the algorithm to identify more efficient paths based on data about past trips or traffic conditions, helping optimize routes with ML algorithms.

Ant Colony Optimization (ACO) is a meta-heuristic algorithm inspired by the behavior of ants. It works by having each ant represent a potential solution and then using its current position left behind by other ants as inputs into equations that determine how it moves around the problem space. The goal is to find solutions with higher fitness values than those found previously until eventually converging on an optimum value or set of parameters. This allows the algorithm to identify more efficient paths based on data about past trips or traffic conditions, helping optimize routes with ML algorithms. ACO can consider factors such as distance traveled and the number of stops when optimizing a delivery route, which makes it particularly useful for this type of problem.

Large Neighborhood Search (LNS) is a meta-heuristic algorithm used to solve complex optimization problems. It works by breaking down the problem into smaller sub-problems and then using local search techniques such as hill climbing, simulated annealing or tabu search to find solutions for each of these sub-problems. The goal is to identify good quality solutions quickly while also being able to escape from any local optima that may be encountered during the process.

Genetic Algorithms (GAs) can be used for delivery route optimization by using a population of potential solutions and then applying evolutionary principles such as selection, crossover, and mutation to the population to find an optimal solution. This allows GAs to identify more efficient paths based on data about past trips or traffic conditions while also considering factors such as distance traveled and the number of stops when optimizing a delivery route.

Metaheuristic algorithms have several advantages when it comes to route optimization. Firstly, they are able to find approximate solutions quickly and efficiently which makes them suitable for

real-time applications such as delivery routing. Secondly, metaheuristics can take into account factors such as distance traveled and number of stops when optimizing a delivery route which helps make the solution more efficient overall. Finally, these algorithms also require less computational resources than traditional methods making them ideal for large scale problems with many possible solutions.

The main disadvantage of using metaheuristic algorithms for route optimization is that they can be computationally expensive and time consuming. Additionally, metaheuristic algorithms may not always find the optimal solution as there are many possible solutions to a given problem, which makes it difficult to identify the best one. Finally, GAs require careful tuning in order to get good results so this could also add extra complexity when trying to optimize routes with reinforcement learning algorithms.

We can use reinforcement learning for delivery route optimization as it helps in finding the best path between two points while avoiding congested areas or roads with heavy traffic. This algorithm uses rewards and punishments to guide their decisions on which action should be taken next, based on previous experiences. This makes them suitable for solving complex problems such as optimizing routes since they can consider multiple factors like time constraints, fuel consumption, etc. when deciding what paths should be chosen during navigation through a network of streets/roads [10].

Deep Learning is a type of Artificial Intelligence (AI) that uses algorithms to learn from data and make decisions. It can be used for delivery route optimization by using the collected data about customer pick-up points, traffic conditions, etc., in order to determine an optimal path or sequence of actions. The deep neural network will analyze this information and use it as input into its algorithm which then produces output such as optimized routes with maximum profitability for taxi drivers [11]. The difference between Deep Learning and Reinforcement Learning lies in the field that deep learning is used to learn patterns and relationships in large amounts of data, while reinforcement learning is used to learn from feedback in the form of rewards and penalties. Both approaches can be applied to route optimization, but they have different strengths and weaknesses depending on the specific problem and requirements.

Hybrid approaches combining traditional methods of machine learning have also been proposed for variants of vehicle routing problems, which involve synthetic case studies. They work by combining the strengths of different algorithms to find better solutions than any single algorithm could provide on its own. For example, one approach might combine genetic algorithms with particle swarm optimization (PSO) and large neighborhood

search (LNS). This would allow for faster convergence towards an optimal solution while also providing robustness against local optima that may be encountered during the process [12].

Efficient delivery routes not only benefit delivery companies but also their customers. Faster delivery times and lower costs can lead to increased customer satisfaction, which is critical in the highly competitive logistics industry. Additionally, optimizing delivery routes can reduce the carbon footprint of delivery companies, leading to environmental benefits.

Despite the potential benefits of using machine learning algorithms to optimize delivery routes, many delivery companies are still struggling to implement these solutions effectively. There are several factors contributing to this, including a lack of expertise in data analysis and machine learning, a lack of data infrastructure, and the need for significant investments in technology and training.

Last mile logistics is crucial for delivery routes optimization because it has a direct impact on the customer experience. By optimizing last-mile deliveries, companies can ensure that their customers receive their orders in an efficient and timely manner while also reducing costs associated with transportation. Additionally, by minimizing traffic congestion and environmental pollution caused by urban logistics operations, public administrations are able to guarantee better quality of life for citizens living in cities [13].

Conclusion. Delivery route optimization is a critical problem in logistics that affects the overall performance of delivery companies. By using machine learning algorithms, considering various factors, and implementing strategies to optimize delivery routes, delivery companies can improve their operational efficiency, reduce costs, enhance customer satisfaction, and contribute to a more sustainable future.

To address these issues, delivery companies have turned to machine learning algorithms to optimize delivery routes and predict demand. By analyzing data on past deliveries and customer behavior, these algorithms can help companies develop more accurate demand forecasts, which can optimize delivery schedules and allocate resources more effectively. Machine learning algorithms can identify the most efficient delivery routes, considering factors such as traffic patterns, road conditions, and delivery windows.

To overcome these challenges, delivery companies need to take a comprehensive approach to implement machine learning algorithms. This includes developing a robust data infrastructure, investing in technology and training, and partnering with experts in data analysis and machine learning. With these steps in place, delivery companies can unlock the full potential of machine learning algorithms to optimize delivery routes and improve the customer experience.

REFERENCES:

1. P. Balaban, N. Tyahunova, V. Misyukevych, N. Mykhailiukova. "Torhovelna Lohistyka" *Tsentr uchbovoyi literatury*, 2014. 148 p.
2. Nily, S. and Awi Federgruen (1990) "One warehouse multiple retailer systems with vehicle routing costs." *Management Science* 36, pp. 92–114.
3. Ferrier, Nicola J., Simon M. Rowe and Andrew Blake (1994) "Real-time traffic monitoring." *Proceedings of 1994 IEEE Workshop on Applications of Computer Vision*. P. 81–88.
4. Oklander, M., Yashkina, O., & Yashkin, D. (2019) Minimization of transportation risks in logistics by choosing a cargo delivery route with the minimal projected number of road accidents. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*, pp. 57–69
5. Nemoto, Toshinori and Werner Rothengatter (2012) "Efficient Green Logistics in Urban Areas: Milk Run Logistics in the Automotive Industry."
6. Giuffrida, Nadia, Jenny Fajardo-Calderin, Antonio D. Masegosa, Frank Werner, Margarete Steudter and Francesco Pilla (2022). "Optimization and Machine Learning Applied to Last-Mile Logistics: A Review." *Sustainability*.
7. Shi, Wenhuan and Yanbin Liu (2010) "Real-time urban traffic monitoring with global positioning system-equipped vehicles." *Intelligent Transport Systems* 4, pp. 113–120.
8. Cotter, A. (2013). *Stochastic Optimization for Machine Learning*. ArXiv, abs/1308.3509.
9. Chen, L., Shang, S., Jensen, C.S., Yao, B., Zhang, Z., & Shao, L. (2019). Effective and Efficient Reuse of Past Travel Behavior for Route Recommendation. *Proceedings of the 25th ACM SIGKDD International Conference on Knowledge Discovery & Data Mining*.
10. Sang, K.S., Zhou, B., Yang, P., Yang, Z., Fang, H., & Feng, J. (2018). Reinforcement Learning for Vehicle Route Optimization in SUMO. *2018 IEEE 20th International Conference on High Performance Computing and Communications; IEEE 16th International Conference on Smart City; IEEE 4th International Conference on Data Science and Systems (HPCC/SmartCity/DSS)*. P. 1468–1473.
11. Guo, P., Xiao, K., Ye, Z., & Zhu, W. (2021). Route Optimization via Environment-Aware Deep Network and Reinforcement Learning. *ACM Trans. Intell. Syst. Technol.*, 12. P. 74:1–74:21.
12. Caseau, Yves, Glenn Silverstein and François Laburthe (2004) "Learning Hybrid Algorithms for Vehicle Routing Problems." *Theory Pract. Log. Program.* 1. p. 779–806.
13. Fadda, Edoardo, Stanislav Fedorov, Guido Perboli and Ivan Dario Cardenas Barbosa (2021) "Mixing machine learning and optimization for the tactical capacity planning in last-mile delivery." *2021 IEEE 45th Annual Computers, Software, and Applications Conference (COMPSAC)*. P. 1291–1296.

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

УДК 657.421.3

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.38-15>

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

PECULIARITIES OF ORGANIZING ACCOUNTING AND TAXATION OF INTANGIBLE ASSETS OF AN ENTERPRISE

Мойсеєнко І.П.

доктор економічних наук, професор,
професор кафедри девелопменту нерухомості, обліку та маркетингу,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Кузнецова Г.С.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри девелопменту нерухомості, обліку та маркетингу,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Безродна М.С.

студентка,
Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

Moiseienko Iryna, Kuznetsova Hanna, Bezrodna Marharyta
Prydniprovsk State Academy of Civil Engineering and Architecture

Дослідження показало, що нематеріальні активи – це немонетарні активи, які не мають певної матеріальної форми і використовуються підприємством з метою отримання економічних вигод. Підставою для оприбуткування нематеріальних активів є документи, що описують об'єкт або порядок його використання, а також документи, що підтверджують певні майнові права підприємства, тобто будь-який об'єкт нематеріальних активів повинен існувати в об'єктивній формі. У роботі висвітлено основні особливості оподаткування нематеріальних активів, операції з постачання яких можуть бути звільнені від оподаткування ПДВ. Щоб уникнути необхідності нарахування та сплати ПДВ при постачанні програмної продукції контрагентам – резидентам України, існує лише один шлях – перекваліфікувати оплату послуг на роялті. За умови, розробник надає право на використання програмного продукту на підставі ліцензійного (субліцензійного) договору, залишаючись при цьому правовласником, отже, тоді всі отримані платежі у вигляді роялті не є об'єктом оподаткування ПДВ.

Ключові слова: нематеріальні активи, облік, оподаткування, підприємство.

In the modern conditions, intangible assets as a source of economic benefits act as a way to increase the efficiency of enterprises. Intangible assets are non-monetary assets that do not have a specific material form and are used by the enterprise for the purpose of obtaining economic benefits. The organizational and methodological justification of the essence of accounting and taxation of intangible assets is laid down in the national provision of accounting standards 8 "Intangible assets", which defines the main approaches to defining the concept of intangible assets as accounting objects. Effective use of the company's intangible assets makes it possible to fully realize the goals and objectives, to increase the economic potential of the company. An important condition for the effectiveness of the use of intangible assets is the creation of the necessary information support, reconstruction and systematic updating of the technological base to improve the state of the enterprise, compliance with its own strategy for sustainable technical, organizational and economic development. The basis for posting intangible assets are documents that describe the object or the procedure for its use, as well as documents that confirm certain property rights of the enterprise, that is, any object of intangible assets must exist in an objective form. Amortization of intangible assets consists in the constant write-off of their value in the process of their production use, in order to

compensate the costs incurred by the enterprise during their acquisition, and to ensure the formation of sources of acquisition of intangible assets in the future. The work highlights the main features of taxation of intangible assets, the supply of which may be exempt from VAT. In order to avoid the need to calculate and pay VAT when supplying software products to counterparties who are residents of Ukraine, there is only one way – to reclassify the payment for services as a royalty payment. Under the condition, the developer grants the right to use the software product on the basis of a license (sublicense) agreement, while remaining the right holder, therefore, then all received payments in the form of royalties are not subject to VAT.

Keywords: *intangible assets, accounting, taxation, enterprise.*

Постановка проблеми. Підвищення конкурентоспроможності підприємств передбачає ефективне використання природних, матеріальних, трудових та фінансових ресурсів. У той же час нематеріальні активи, частка яких у структурі активів суб'єктів підприємницької діяльності стало зростає, мають вагоме значення. Залучення нематеріальних активів у фінансово-господарську діяльність підприємств сприяє підвищенню їх капіталізації, інвестиційної привабливості, результативності та конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Порядок обліку нематеріальних активів, процедури їх оцінки досліджено є предметом наукових досліджень українських та зарубіжних вчених: Голов С. Ф., Бігдан І. А., Бутинець Ф. Ф., Завгородній В. П., Соколов Я. В., Ткаченко Н. М., А. Велш Глен, Г. Шорт Деніел, Б. Нідлз, М. Армстронгом та інші.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Особливої уваги заслуговує дослідження особливостей оподаткування ПДВ операцій з постачання програмної продукції в умовах скасування пільги, передбаченої п. 26-1 підр. 2 р. ХХ Податкового кодексу України.

Постановка завдання: розглянути особливості організації бухгалтерського обліку та оподаткування нематеріальних активів підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Проаналізувавши НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» та МСБО 38 «Нематеріальні активи» [7; 8] можна виділити основні ознаки нематеріального активу:

- «нематеріальний актив – це немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований» [7];

- актив використовується підприємством для отримання економічної вигоди рік і більше;

- актив є немонетарним, тобто не представляє собою гроші та їх еквіваленти. Слід зауважити, що безготівкові гроші та дебіторська заборгованість теж позбавлені матеріальної форми, але як нематеріальні активи не визнаються;

- актив має бути ідентифікований, але в тому випадку, якщо він «...може бути відокремлений, тобто його можна відокремити або відділити від суб'єкта господарювання і продати, передати, ліцензувати, здати в оренду або обміняти індивідуально або разом з пов'язаним з ним контрактом, ідентифікованим активом

чи зобов'язанням, незалежно від того, чи має суб'єкт господарювання намір зробити це, або виникає внаслідок договірних або інших юридичних прав, незалежно від того, чи можуть вони бути передані або відокремлені від суб'єкта господарювання або ж від інших прав та зобов'язань» [8].

Не визнаються нематеріальним активом:

- імідж (ділова репутація) підприємства, так як його не можливо відокремити та окремо продати;

- програмні продукти OEM-версій попередньо інстальовані на комп'ютер. Обліковуються у складі вартості придбаних основних засобів, без виділення окремим активом;

- власні розроблені торгові марки, витрати на створення яких можливості розрахувати немає.

Нематеріальні активи на підприємстві можуть бути представлені:

- ліцензіями на використання комп'ютерних програм, операційних систем та здійснення господарської діяльності, тривалістю більше року;

- придбаними чи створеними базами даних, патентами, авторськими правами, торговими марками;

- програмними продуктами, створеними безпосередньо для самого підприємства.

Відповідно до п. 10 і п. 11 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» придбані нематеріальні активи зараховуються за первісною вартістю і підтверджуються відповідними документами, в яких надається характеристика об'єкта, а саме первісна вартість, термін корисного використання, норма зносу, де буде використовуватися об'єкт нематеріального активу. Первісна вартість складається з:

- вартості придбання;

- мита;

- непрямих податків, що не підлягають відшкодуванню;

- інших витрат, пов'язаних з придбанням нематеріальних активів [7].

Згідно з п. 19 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» підприємство може переоцінювати нематеріальні активи на дату балансу за справедливою вартістю за умови, що до таких нематеріальних активів існує активний ринок [7].

Особливості переоцінки нематеріальних активів наведено в п. 19 – п. 24 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» та в п. 3.1 – п. 3.6 Методичних рекомендацій з бухгалтерського

обліку нематеріальних активів [7; 5]. Згідно з п. 4 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» «активний ринок – ринок, якому притаманні такі умови:

- предмети, що продаються та купуються на цьому ринку, є однорідними;
- у будь-який час можна знайти зацікавлених продавців і покупців;
- інформація про ринкові ціни є загальнодоступною» [7].

Та для більшості нематеріальних активів активний ринок відсутній, як наслідок, вони не можуть бути переоцінені.

Відповідно до п. 27 НП(С)БО 8 підприємство самостійно обирає метод амортизації, який найбільше враховує очікувані умови отримання майбутньої економічної вигоди від об'єкта нематеріальних активів. При неможливості визначення таких умов, обирається прямолінійний метод амортизації, розрахунок якого або іншого відповідно здійснюється згідно НП(С)БО 7 «Основні засоби» [12]. Особливості розрахунку амортизації за кожним з методів наведено у п. 26 НП(С)БО 7 «Основні засоби» [12].

Згідно п. 25 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» амортизація нематеріальних активів нараховується протягом строку корисного використання об'єкта нематеріальних активів, який встановлюється підприємством у розпорядчому акті при зарахуванні активу на баланс за дебетом рахунку 12 «Нематеріальні активи» та кредитом рахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» [7]. Розпорядчий акт зарахування об'єкта нематеріальних активів на баланс складається спеціальною комісією і затверджується керівником.

Нематеріальні активи, за якими в розпорядчому документі не визначено обмеження строку використання, нарахуванню амортизації не підлягають. Але наприкінці кожного звітного періоду такі об'єкти нематеріальних активів перевіряють на наявність ознак невизначеності обмеження строку їх корисного використання і при їх відсутності, підприємство самостійно встановлює строк корисного використання таких нематеріальних активів.

Згідно з п. 29 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» амортизація нараховується починаючи з місяця, наступного за місяцем уведення активу в господарський оборот, а при використанні виробничого методу амортизації починаючи з дати, наступної за датою уведення об'єкта у господарський оборот за дебетом рахунку 12 «Нематеріальні активи» та кредитом рахунку 154 «Придбання (створення) нематеріальних активів» [7].

Відносять до витрат, а не до нематеріальних активів відповідні права, витрати на придбання, визначеними роялті. Відповідно до п. 4 НП(С)БО 15 «Дохід» роялті – це платіж, отриманий як винагорода за користування або за надання права на користування об'єктами нематеріальних активів [10].

Згідно п. 9 НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» «не визнаються нематеріальним активом, а підлягають відображенню у складі витрат того звітного періоду в якому вони були здійснені:

- витрати на дослідження;
- витрати на підготовку і перепідготовку кадрів;
- витрати на рекламу та просування продукції на ринку;
- витрати на створення, реорганізацію та переміщення підприємств або їх частини;
- витрати на підвищення ділової репутації підприємства, вартість видань і витрати на створення торгових марок (товарних знаків)» [7].

Наказом Мініфіну від 31.12.2020 р. № 842 «Про затвердження Узагальнюючої податкової консультації з деяких питань оподаткування податком на додану вартість» узгоджено Узагальнюючу податкову консультацію щодо окремих питань оподаткування ПДВ операцій з постачання програмної продукції [13].

Згідно з п. 26-1 підрозд. 2 розд. XX Податкового кодексу України визначено, що «тимчасово, з 1 січня 2013 року до 1 січня 2023 року, звільняються від оподаткування податком на додану вартість операції з постачання програмної продукції, а також операції з програмною продукцією, плата за які не вважається роялті...» [4].

Під звільнення від оподаткування ПДВ потрапляють усі операції з постачання програмної продукції, а саме передання веб-сторінки, комп'ютерної програми чи програмного забезпечення. До розробленого продукту можуть додаватися додаткові послуги, так звані послуги інформатизації, а саме встановлення, налаштування, тестування програмного забезпечення, технічна підтримка, супровід, на які також застосовується пільга.

При звільненні від оподаткування ПДВ потрапляє і постачання окремих компонентів програмного продукту, за допомогою яких він створений або які можна використовувати окремо від нього.

Відповідно до п. 26-1 підрозд. 2 розд. XX Податкового кодексу України звільняються від оподаткування ПДВ операції з постачання «... програмної продукції, до якої відносяться:

- результат комп'ютерного програмування у вигляді операційної системи, системної, прикладної, розважальної та/або навчальної комп'ютерної програми (їх компонентів), а також у вигляді інтернет-сайтів та/або онлайн-сервісів та доступу до них;
- примірники (копії, екземпляри) комп'ютерних програм, їх частин, компонентів у матеріальній та/або електронній формі, у тому числі у формі коду (кодів) та/або посилань для завантаження комп'ютерної програми та/або їх частин, компонентів у формі коду (кодів) для активації комп'ютерної програми чи в іншій формі;

– будь-які зміни, оновлення, додатки, доповнення та/або розширення функціоналу комп'ютерних програм, права на отримання таких оновлень, змін, додатків, доповнень протягом певного періоду часу;

– криптографічні засоби захисту інформації» [2].

Відповідно до п. 26-1 підрозд. 2 розд. ХХ Податкового кодексу України, якщо при постачанні результатів комп'ютерного програмування у вигляді інтернет-сайтів та/або онлайн-сервісів постачальник передає/надає замовнику майнові права інтелектуальної власності (у т.ч. право користування, право відчуження, тощо) на такі об'єкти, то така операція звільняється від оподаткування ПДВ [2]. При цьому звільняється від оподаткування не лише постачання інтернет-сайтів і онлайн-сервісів, а й доступ до них для отримання програмної продукції чи її копії.

Якщо користувачеві від постачальника надається доступ до онлайн-сервісу за допомогою мережі Інтернет з метою завантаження або отримання доступу до продукту в особистому кабінеті і з нього стягується плата, то така операція є постачанням програмної продукції і звільняється від оподаткування ПДВ.

Постачальник надає доступ до ресурсів для пошуку, обробки, отримання інформації без передання екземпляра програми, то така операція підлягає оподаткуванню в розмірі 20% ПДВ у загальнозстановленому порядку. Це пояснюється тим, що ні сам екземпляр програми, ні виключні права на неї до замовника не переходять.

Якщо разом із програмним продуктом, користувачеві надаються послуги із встановлення, тестування чи обслуговування продукту, то для застосування пільги з оподаткування ПДВ необхідно визначити чи є дані послуги складовою програмного продукту чи виступають окремими послугами інформатизації.

Якщо послуги є частиною програмної продукції та включені в її вартість, тобто окремо замовник за них не розраховується, то вони звільняються від оподаткування ПДВ, які сам програмний продукт, а якщо ж вартість послуг інформатизації оплачується окремо, то необхідно визначити, чи вносять такі послуги зміни до програмного продукту. Такими змінами є будь-які оновлення, зміни, доповнення, розширення функціонала комп'ютерних програм або права на їх отримання протягом якогось часу, тому дана операція відноситься до постачання програмної продукції без звільнення від оподаткування ПДВ.

Щоб підтвердити право на застосування пільги з оподаткування ПДВ, у договорі та у первинних документах необхідно правильно визначити предмет постачання, наприклад «постачання пакета оновлень/доповнень», що не є постачанням послуг з оновлення програми.

Послуги, що не вносять змін в програмне забезпечення, а саме послуги з встановлення, налаштування, тестування, виявлення та усунення недоліків, інформаційно-консультаційна підтримка не підлягають звільненню від ПДВ та оподатковують у загальному порядку за ставкою 20%.

Операції з постачання програмного забезпечення разом в комплексі з системою оснащення та обладнання звільняються від оподаткування в тому випадку, якщо вартість програмного продукту не включена до вартості обладнання, а на програмне забезпечення передані виключні майнові права. Якщо ж вартість програмного забезпечення включена до вартості обладнання, то така операція з постачання обладнання не підлягає звільненню від оподаткування ПДВ та оподатковується у розмірі 20%.

Щодо питання розробки продукції, то якщо за договором у розробника не виникає права власності на розроблену програму і воно повністю належить замовнику, а отже немає факту передання права власності на продукт від розробника замовникові, тоді дана операція звільнюється від оподаткування не підлягає, бо вважається, що розробник не поставив програмний продукт, а лише надав послуги з розробки.

Відповідно до п. 185.1 ст. 185 Податкового кодексу України об'єктом оподаткування податком на додану вартість є операції платників податку з постачання товарів/послуг, місце постачання яких згідно зі статтею 186 ПКУ розташоване на митній території України [2].

Тоді за умови, коли право інтелектуальної власності на програмний продукт виникає одразу у замовника, який є резидентом, а місцем постачання є територія поза межами митної території України, то така операція ПДВ не оподатковується. В іншому випадку якщо замовник є резидентом України, то операція підлягає оподаткуванню 20% ПДВ на загальних підставах.

Операція вважається постачанням програмної продукції та звільняється від оподаткування ПДВ, за умовою того, що право власності на програмний продукт, користування нею з самого початку виникає у розробника і не переходить до замовника взагалі або пізніше.

Так, у відповідності з пп. 14.1.225, п. 14.1, ст. 14 Податкового кодексу України «роялті – будь-який платіж, в тому числі платіж, що сплачується користувачем об'єктів авторського права і (або) суміжних прав на користь організацій колективного управління, відповідно до Закону України «Про ефективне управління майновими правами правовласників у сфері авторського права і (або) суміжних прав», отриманий як винагорода за використання або за надання права на використання об'єкта права інтелектуальної власності, а саме на будь-які літературні твори, твори мистецтва або науки, включаючи комп'ютерні програми, інші записи

на носіях інформації, відео- або аудіокасети, кінематографічні фільми або плівки для радіо- чи телевізійного мовлення, передачі (програми) організацій мовлення, інші аудіовізуальні твори, будь-які права, які охороняються патентом, будь-які зареєстровані торговельні марки (знаки на товари і послуги), права інтелектуальної власності на дизайн, секретне креслення, модель, формулу, процес, права інтелектуальної власності на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду (ноу-хау). Не вважаються роялті платежі, отримані:

– як винагорода за використання комп'ютерної програми, якщо умови використання обмежені функціональним призначенням такої програми та її відтворення обмежене кількістю копій, необхідних для такого використання (використання «кінцевим споживачем»);

– за придбання примірників (копій, екземплярів) об'єктів інтелектуальної власності, у тому числі в електронній формі, для використання за своїм функціональним призначенням для кінцевого споживання або для перепродажу такого примірника (копії, екземпляра);

– за придбання речей (у тому числі носіїв інформації), в яких втілені або на яких містяться об'єкти права інтелектуальної власності, визначені в абзаці першому цього підпункту, у користування, володіння та/або розпорядження особи;

– за передачу прав на об'єкти права інтелектуальної власності, якщо умови передачі прав на об'єкт права інтелектуальної власності надають право особі, яка отримує такі права, продати або здійснити відчуження в інший спосіб права інтелектуальної власності або оприлюднити (розголосити) секретні креслення, моделі, формули, процеси, права інтелектуальної власності на інформацію щодо промислового, комерційного або наукового досвіду (ноу-хау), крім випадків, коли таке оприлюднення (розголошення) є обов'язковим згідно із законодавством України;

– за передачу права на розповсюдження примірників програмної продукції без права на їх відтворення або якщо їх відтворення обмежено використанням кінцевим споживачем» [2].

За умовами передання прав на об'єкт права інтелектуальної власності особа, отримавши такі права, набуває і право продати або оприлюднити продукт інтелектуальної власності. Наприклад, за умовами передачі прав на запатентовану розробку компанія-замовник має право її перепродати або оприлюднити, і плата за неї не є роялті.

Не підлягають оподаткуванню ПДВ операції з надання права на користування програмним продуктом за умови оплати в грошовій формі.

За умовою розробник надає право користування програмним продуктом на підставі

ліцензійного (субліцензійного) договору, при цьому залишаючись правовласником, отже, тоді усі отримані оплати у вигляді роялті не підлягають оподаткуванню ПДВ.

Для того, щоб визначити, чи підлягає платіж з метою оподаткування під визначення роялті, слід визначити умови договору між розробником і клієнтом на обмежені умови використання програми за її функціональним призначенням, а також чи передбачають умови передання прав на об'єкт права інтелектуальної власності продаж, оприлюднення окремих видів інтелектуальної власності. Так, якщо винагорода виплачується за користування копією програмного забезпечення за функціональним призначенням, то така винагорода не є роялті для цілей оподаткування ПДВ.

Якщо програмне забезпечення придбане у нерезидента України, то звільненню від оподаткування ПДВ підлягає тільки постачання програмної продукції, а якщо розробник-нерезидент постачає програмне забезпечення замовнику-резиденту України, тоді для замовника діють стандартні правила оподаткування.

Наприклад, підприємство уклало договір із нерезидентом на придбання послуг з розробки програмного забезпечення прикладного і розважального характеру. Крім програмного забезпечення, нерезидент надає послуги технічної підтримки, а авторські майнові права одразу належать замовнику. Тоді оскільки після закінчення виконання послуг право власності на програмну продукцію набуває замовник-резидент, а місце постачання таких послуг розташоване на митній території України, то згідно зі ст. 186 Податкового кодексу України, операція виконавця є об'єктом оподаткування ПДВ за ставкою 20% [2]. Замовник-резидент України, як отримувач послуг зобов'язаний визначити податкові зобов'язання з ПДВ, скласти податкову накладну, зареєструвати її в ЄРПН. Зареєстрована податкова накладна – це підстава для замовника на включення зазначених у ній сум ПДВ до складу податкового кредиту у звітному періоді, у якому визначені податкові зобов'язання.

Якби майнові права на розроблене програмне забезпечення у процесі його створення належали виконавцеві, а після закінчення розробки були передані замовнику, то така операція розглядалася б як операція з постачання програмної продукції, і як висновок оподаткуванню ПДВ не підлягала б.

Постачання послуг технічної підтримки програмного продукту, в випадку, якщо послуги не є складовою частиною операції з постачання програмної продукції та оплачуються окремо, то постачання таких послуг оподатковується на загальних підставах 20% ПДВ, оскільки місцем постачання є митна територія України.

Відповідно до ст. 208.4 14 Податкового кодексу України, якщо отримувач послуг як

платник ПДВ не зареєстрований, тоді податкова накладна не складається, але подається розрахунок податкових зобов'язань, нарахованих отримувачем послуг, не зареєстрованим як платник ПДВ [2].

Висновки. Попри скасування пільги, щодо необхідності сплачувати ПДВ, зміни не торкнуться:

1. Платників єдиного податку, які взагалі не є платниками ПДВ. Це платники єдиного податку 2 групи та 3 групи зі ставкою 2% та 5%.

2. Платників ПДВ (юрособам та ФОП), які надають послуги (здійснюють постачання програмної продукції) іноземним замовникам. Адже згідно, зокрема, пп. «а», «б», «в» п. 186.3 ст. 186 ПКУ взагалі не є об'єктом оподаткування ПДВ (у випадку постачання їх іноземним замовникам):

а) надання майнових прав інтелектуальної власності, створення за замовленням та використання об'єктів права інтелектуальної власності, у тому числі за ліцензійними договорами, а також надання (передача) права на скорочення викидів парникових газів (вуглецевих одиниць);

б) рекламні послуги;

в) консультаційні, інжинірингові, інженерні, юридичні (у тому числі адвокатські), бухгалтерські, аудиторські, актуарні, а також послуги з розроблення та тестування програмного забезпечення, з оброблення даних та надання консультацій з питань інформатизації, надання

інформації та інших послуг у сфері інформатизації, у тому числі з використанням комп'ютерних систем.

А раз ці послуги не є об'єктом оподаткування ПДВ, то й нараховувати та сплачувати ПДВ при їхньому наданні/постачанні непотрібно.

3. Платників ПДВ юридичним особам, у яких договори із замовниками передбачають не оплату вартості послуг, а сплату роялті. Це пов'язано з тим, що згідно пп. 196.1.6 п. 196.1. ст. 196 ПКУ роялті не є об'єктом оподаткування ПДВ.

Отже, для того щоб уникнути необхідності нараховувати та сплачувати ПДВ при поставці програмної продукції контрагентам, які є резидентами України, є тільки один спосіб – перекваліфікувати оплату послуг у сплату роялті. Для цього необхідно ретельно проаналізувати договори із замовниками (фактичний вид робіт/послуг, що фактично надаються чи постачаються за цими договорами) та зіставити із визначенням роялті, яке наведене в пп. 14.1.225 п. 14.1 ст. 14 ПКУ. Якщо предмет певного договору можна описати так, щоб він відповідав визначенню роялті в розумінні ПКУ, то можна внести зміни до договору, додаючи в нього відповідні фрази та/або слова із пп. 14.1.225 п. 14.1 ст. 14 ПКУ. Відповідно вже не здійснюється постачання програмної продукції чи отримується оплата за послуги, а сплачуються роялті, яке, згідно пп. 196.1.6 п. 196.1. ст. 196 ПКУ, не є об'єктом оподаткування ПДВ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-14 від 16.07.1999 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.2010 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Порядок застосування типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів: Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 732 від 22.04.2004 р.: Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1580-04#Text>.
4. Узагальнююча податкова консультація щодо окремих питань оподаткування податком на додану вартість операцій з постачання програмної продукції: Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 732 від 31.12.2020 р.: Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0842201-20#Text>.
5. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку нематеріальних активів: Затверджено наказом Міністерства фінансів України № 433 від 28.03.2020 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0433201-13#Text>.
6. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 8 «Нематеріальні активи»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 242 від 18.10.1999 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>.
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи від 30.06.2017 р. зі змінами та: Ліга-закон України. URL: <http://ips.ligazakon.net/document/MU17052>.
8. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 19 «Об'єднання підприємств»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 163 від 07.07.1999 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99#Text>.
9. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 15 «Дохід»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 290 від 29.11.1999 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.
10. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 31 «Фінансові витрати»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 415 від 28.04.2006 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0610-06/ed20201103#Text>.

11. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 7 «Основні засоби»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 92 від 27.04.2000 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.

12. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку № 28 «Зменшення корисності активів»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 217 від 24.12.2004 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0035-05#Text>.

13. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку №27 «Необоротні активи, утримувані для продажу, та припинена діяльність»: Затверджено Наказом Міністерства фінансів України № 617 від 07.11.2003 р. зі змінами та доповненнями: Законодавство України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1054-03#Text>.

14. Швець В. Г. Теорія бухгалтерського обліку : підручник. 4-те вид., переробл. і доповн. Київ : Знання, 2015. 572 с.

15. Лаговська О. А., Легенчук С. Ф., Кузь В. І., Кучер С. В. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством : навчальний посібник. Київ : Кондор, 2018. 418 с.

REFERENCES:

1. About accounting appearance and financial status in Ukraine: Law of Ukraine No. 996-14 (1999): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

2. Taxation Code of Ukraine No. 2755-VI (2010): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z1580-04#Text>.

3. The procedure for the placement of standard forms of the primary form of objects of the right of intellectual power at the warehouse of intangible assets: Approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 732 (2004): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0842201-20#Text>.

4. Additional tax advice on how to qualify for a tax on the payment of a tax on the number of operations for the delivery of software products: Approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 732 (2020): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0433201-13#Text>.

5. Methodological recommendations on the accounting nature of intangible assets: Approved by order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 433 (2020): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/v0433201-13#Text>.

6. National regulation (standard) of accounting form No. 8 "Intangible assets": Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 242 (1999): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99#Text>.

7. International Accounting Standard 38. Intangible assets (2017): Liga-law of Ukraine. URL: <http://ips.ligazakon.net/document/MU17052>

8. National regulation (standard) of accounting form No. 19 "Association of businesses": Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 163 (1999): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0499-99#Text>.

9. National regulation (standard) of accounting form No. 15 : Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 290 (1999): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99#Text>.

10. National regulation (standard) of accounting form No. 31: Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 415 (2006): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0610-06/ed20201103#Text>.

11. National regulation (standard) of accounting form No. 7 "Basic accounting": Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 92 (2000): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>.

12. National regulation (standard) of accounting form No. 28 : Approved by the Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 217 (2004): Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0035-05#Text>.

13. National regulation (standard) of accounting form No. 27: Approved by Order of the Ministry of Finance of Ukraine No. 617 (2003) [Electronic resource]: Legislation of Ukraine. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1054-03#Text>.

14. Shvets V. G. (2015) Theory of accounting appearance: assistant. 4th kind., rebranded. and add. Kyiv, p. 572.

15. Lagovska O. A., Legenchuk S. F., Kuz V. I., Coachman S. V. (2018) Accounting appearance in business management: heading guide. Kyiv: Condor, p. 418.

ЗМІСТ

СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

Шепель О.С. СФЕРИ ВИКОРИСТАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ МІЖНАРОДНИХ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ.....	3
-------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ НАЦІОНАЛЬНИМ ГОСПОДАРСТВОМ

Пилявець В.М., Балазюк О.Ю., Гриник О.І. СУЧАСНА ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ СТАНДАРТІВ БІЗНЕС-ПЛАНУВАННЯ В УКРАЇНІ.....	11
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вербицька А.В. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ ЯК ДЕТЕРМІНАНТА СТАЛОГО РОЗВИТКУ: ДЕРЖАВНО-УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ.....	19
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Закревська Л.М. ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ПОЗИЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНКУ ПИВА В УКРАЇНІ	26
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Ільченко В.М., Кисельов В.Р. РЕГУЛЮВАННЯ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ.....	32
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Кобець Д.Л., Нездоровін О.В. ВПЛИВ ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ НА ПОБУДОВУ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ НА РИНКУ B2B.....	38
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Косенков Д.С. НЕОМОДЕРНІЗАЦІЙНА КОНЦЕПЦІЯ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	44
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Петлін І.В. ЗАВДАННЯ І НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ГОТЕЛЬНОЇ ІНДУСТРІЇ.....	50
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Равлінко З.П. ІСТОРИКО-ЕВОЛЮЦІЙНА ТРАНСФОРМАЦІЯ ПОНЯТТЯ «ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА ПІДПРИЄМСТВА».....	57
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Харчук О.Г., Власова В.П. ПРИЧИНИ СТРАТЕГІЧНИХ ЗМІН ТА АДАПТИВНІ МОЖЛИВОСТІ ПРОТИСТОЯННЯ ЇМ В ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЇ.....	62
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

ЕКОНОМІКА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ ТА ОХОРОНИ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Коваль В. А., Гусєв М.О., Бутенко А.С. ОСОБЛИВОСТІ ОХОРОНИ ТА ЕКОЛОГІЧНОГО СТАНУ ЗЕМЕЛЬНИХ РЕСУРСІВ.....	68
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

ГРОШІ, ФІНАНСИ І КРЕДИТ

Чубка О.М. АНАЛІЗ СТАТИСТИЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ОБСЯГУ ТА СТРУКТУРИ ВІЙСЬКОВИХ ОБЛІГАЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ	73
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

СТАТИСТИКА

Вдовин М.Л. МЕТОДИ СТАТИСТИЧНОГО МОДЕЛЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ: КРИТИЧНИЙ ОГЛЯД	79
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ
ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

Verbytskyi Yaroslav DELIVERY ROUTES OPTIMIZATION USING MACHINE LEARNING ALGORITHMS.....	85
------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, АНАЛІЗ ТА АУДИТ

Мойсеєнко І.П., Кузнецова Г.С., Безродна М.С. ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	90
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

CONTENTS

WORLD ECONOMY AND INTERNATIONAL ECONOMIC RELATIONS

Shepel Oleksandra SPHERES OF USE OF REMITTANCES OF INTERNATIONAL LABOR MIGRANTS.....	3
---------------------------------------------------------------------------------------------------	----------

ECONOMY AND OPERATION OF NATIONAL ECONOMY

Pyliavets Viktor, Balaziuk Oksana, Hrynyk Olena MODERN PRACTICE OF USING OF THE BUSINESS-PLANING STANDARDS IN UKRAINE.....	11
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Verbytska Anna CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AS A DETERMINANT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT: ASPECT OF PUBLIC ADMINISTRATION.....	19
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Zakrevska Lyudmila RESEARCH AND FORECASTING OF THE POSITIONING OF ENTERPRISES ON THE BEER MARKET IN UKRAINE.....	26
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Ilchenko Victoria, Kiselev Vladyslav REGULATION AND ACTIVITIES OF SOCIAL ENTREPRENEURSHIP UNDER THE CONDITIONS OF THE MILITARY STATE.....	32
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Kobets Dmytro, Nezdorovin Oleksandr THE INFLUENCE OF DIGITALIZATION ON THE BUILDING OF MARKETING STRATEGIES ON THE B2B MARKET.....	38
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Kosenkov Denys NEO-MODERNIZATION CONCEPT OF FORMING THE INVESTMENT STRATEGY OF TRANSPORT ENTERPRISES.....	44
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Petlin Iryna TASKS AND DIRECTIONS OF IMPROVING WORK ORGANIZATION AT ENTERPRISES OF THE HOTEL INDUSTRY.....	50
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Ravlinko Zoryana HISTORICAL AND EVOLUTIONARY TRANSFORMATION OF THE CONCEPT «ECONOMIC SECURITY OF THE ENTERPRISE».....	57
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

Kharchuk Olena, Vlasova Valentyna CAUSES OF STRATEGIC CHANGES AND ADAPTIVE POSSIBILITIES OF COUNTERING THEM IN THE PROCESS OF STRATEGY IMPLEMENTATION	62
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

ECONOMY OF NATURAL RESOURCES MANAGEMENT AND ENVIRONMENT PROTECTION

Koval Vasil, Hysiev Mykola, Butenko Anna FEATURES OF THE PROTECTION AND ENVIRONMENTAL CONDITION OF LAND RESOURCES.....	68
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

MONEY, FINANCES AND CREDIT

Chubka Olha ANALYSIS OF STATISTICAL INDICATORS OF THE VOLUME AND STRUCTURE OF MILITARY BONDS UNDER MARTIAL LAW.....	73
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------

STATISTICS

Vdovyn Mariana

METHODS OF STATISTICAL MODELING

OF ECONOMIC PROCESSES: A CRITICAL OVERVIEW.....79

MATHEMATICAL METHODS, MODELS
AND INFORMATION TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Verbytskyi Yaroslav

DELIVERY ROUTES OPTIMIZATION

USING MACHINE LEARNING ALGORITHMS.....85

ACCOUNTING, ANALYSIS AND AUDIT

Moiseienko Iryna, Kuznetsova Hanna, Bezrodna Marharyta

PECULIARITIES OF ORGANIZING ACCOUNTING AND TAXATION

OF INTANGIBLE ASSETS OF AN ENTERPRISE.....90

Електронне наукове фахове видання

СХІДНА ЄВРОПА: ЕКОНОМІКА, БІЗНЕС ТА УПРАВЛІННЯ

Випуск 1 (38) 2023

Коректура • *Л.М. Петрушевський*

Комп'ютерна верстка • *Ю.Г. Войтюк*

Засновник видання:

ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури»

Адреса редакції: 49600, м. Дніпро,

вул. Чернишевського, 24-а

Телефон: +38 (063) 051 91 37

Веб-сайт журналу: www.easterneurope-ebm.in.ua

E-mail редакції: ebitda@helvetica.ua