

Міністерство освіти і науки України
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЕКОНОМІЧНИЙ ЧАСОПИС
Волинського національного університету
імені Лесі Українки

Журнал видається з 2015 року

№ 2 (30)

Луцьк
Вежа-Друк
2022

Редакційна колегія

Стащук О. В., доктор економічних наук, професор, головний редактор (Волинський національний університет імені Лесі Українки)

Слісєва Л. В., доктор економічних наук, доцент, заступник головного редактора (Волинський національний університет імені Лесі Українки)

Ахмет Маслакчи, Dr., Asst.Prof. (Кіпрський науковий університет, Туреччина)

Бояр А.О. доктор економічних наук, професор (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Васілевські Мірослав Dg hab.(Суспільна вища школа підприємництва та управління, м. Лодзь, Польща).

Карлін М. І., доктор економічних наук, професор, (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Крикавський С.В., доктор економічних наук, професор (Національний університет «Львівська Політехніка»

Кулинич М. Б., кандидат економічних наук, доцент, відповідальний секретар (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Ліпич Л. Г., доктор економічних наук, професор, (Луцький національний технічний університет)

Лободіна З. М., доктор економічних наук, професор (Західноукраїнський національний університет)

Маріуш Подзьор Dg hab. (Вища школа економіки та інновацій, м. Люблін, Польща)

Павлова О. М., доктор економічних наук, професор, (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Павлов К. В., доктор економічних наук, професор, (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Петрушенко М. М., доктор економічних наук, доцент (Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень Національної академії наук України).

Садовська І. Б., доктор економічних наук, професор, (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Уцклак-Єж Пауліна, Dg hab. (Гуманістично-природничий університет імені Яна Длугоша, м. Ченстохова, Польща)

Черчик Л. М., доктор економічних наук, професор (Волинський національний університет імені Лесі Українки).

Чорна Н. П., доктор економічних наук, доцент (Західноукраїнський національний університет).

Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки : журнал / уклад. Олена Володимирівна Стащук, Мирослава Богданівна Кулинич. – Луцьк : Вежа-Друк, 2022. – №2(30). – 122 с.

У виданні «Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки» уміщено наукові статті про сучасний стан та перспективи розвитку економіки України, їх теоретичні, методологічні й практичні аспекти.

Для науковців, аспірантів, студентів, економістів і всіх, хто цікавиться питаннями розвитку економічної системи України.

The collected papers «Economic Journal of Lesya Ukrainka Volyn National University» publish scientific articles on the current state and prospects of economy development in Ukraine as well as on its theoretical, methodological and practical aspects.

For researchers, graduate students, economists and all those interested in the issues of economic system development in Ukraine.

Журнал є науковим фаховим виданням, включений до Переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук, категорія Б (наказ Міністерства освіти і науки України 11.07.2019 № 975).

*Журнал зареєстрований у міжнародній наукометричній базі даних **Index Copernicus**.*

УДК 33(062.552)



ЗМІСТ

РОЗДІЛ I. ЕКОНОМІКА

Сліссєва Людмила РОЗВИТОК ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ	6
Ліпич Любов, Хілуха Оксана, Кушнір Мирослава, Волинець Ірина ВНУТРІШНЄ КОМУНІКУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ КОРПОРАЦІЇ	11
Шворак Анатолій, Кулинич Мирослава, Філюк Дмитро СТАЛІЙ ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ	20

РОЗДІЛ II. ОБЛІК, АНАЛІЗ, АУДИТ ТА ОПОДАТКУВАННЯ

Грудзевич Юлія ОСНОВНІ НАПРЯМИ КОНСУЛЬТУВАННЯ У СФЕРІ ВПРОВАДЖЕННЯ, ВИКОРИСТАННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВИХ ПРОГРАМНИХ КОМПЛЕКСІВ	32
Садовська Ірина, Маркус Ольга, Нагірська Катерина ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ МОДЕЛІ ЗВІТУ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ В КОНТЕКСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗГІДНО МСБО	39

РОЗДІЛ III. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА ТА СТРАХУВАННЯ

Проць Наталія, Руденко Анастасія ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ БЮДЖЕТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	46
Кошкіна Катерина СУПЕРЕЧНОСТІ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ МОНІТОРИНГУ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ	56

РОЗДІЛ IV. УПРАВЛІННЯ ТА АДМІНІСТРУВАННЯ

Levytskyi Viktor

MODELING OF BUSINESS PROCESSES ON THE BASIS OF BUILDING AN OPTIMAL SYSTEM OF COMPLEXING ADAPTIVE-ORGANIZATIONAL MECHANISM MANAGEMENT OF ENTERPRISES (МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ЗАСАДАХ ПОБУДОВИ ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КОМПЛЕКСУВАННЯ АДАПТИВНО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА) 63

Yushchyshyna Larysa, Turkin Kateryna

FACILITATIVE TECHNIQUES AS AN EFFECTIVE MEANS ADJUSTMENT OF GROUP DISCUSSION (ФАСИЛІТАТИВНІ МЕТОДИКИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ НАЛАГОДЖЕННЯ ГРУПОВОГО ОБГОВОРЕННЯ) 72

РОЗДІЛ V. ПІДПРИЄМНИЦТВО, ТОРГІВЛЯ ТА БІРЖОВА ДІЯЛЬНІСТЬ

Ищук Світлана

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ 81

Тоцька Олеся

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ З ПОЛЬЩЕЮ, РУМУНІЄЮ, СЛОВАЧЧИНОЮ ТА МОЛДОВОЮ: АНАЛІЗ І ПРОГНОЗУВАННЯ 90

Лялюк Алла, Сак Тетяна

ФОРМУВАННЯ ОМНІКАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ..... 99

Милько Інна, Нагорнова Олена, Ожема Сергій

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТАХ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ 108

Вимоги до матеріалів, що публікуються в науковому журналі «Економічний часопис Волинського національного університету імені Лесі Українки» 118

CONTENT **SECTION I. ECONOMY**

Yelisieieva Liudmyla

DEVELOPMENT OF THE THEORY OF SOCIAL CAPITAL 6

Lipych Lubov, Khilukha Oksana, Kushnir Myroslava, Volynets Iryna

INTERNAL COMMUNICATION IN THE INTERNATIONAL CORPORATION..... 12

Shvorak Anatoliy, Myroslava Kulynych, Filiuk Dmytro

SUSTAINABLE INCLUSIVE DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES OF VOLYN REGION IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION COAL INDUSTRY 20

SECTION II. ACCOUNTING, ANALYSIS, AUDITING AND TAXATION

Yuliya Grudzevych

MAIN AREAS OF CONSULTING IN THE FIELD OF IMPLEMENTATION, USE AND IMPROVEMENT OF ACCOUNTING SOFTWARE COMPLEXES 32

Sadovska Iryna, Markus Olga, Nahirska Kateryna

THE MANAGEMENT MODEL OF THE CASH FLOW STATEMENT FORMATION ACCORDING TO THE IAS ACCOUNTING POLICY 39

SECTION III. FINANCE, BANKING AND INSURANCE

Prots Natalia, Rudenko Anastasya FORMATION AND USE OF BUDGETS OF TERRITORIAL SOCIETIES	46
Koshkina Kateryna LEGAL REGULATION OF MONITORING OF PUBLIC PROCUREMENT PROCEDURES	56

SECTION IV. MANAGEMENT AND ADMINISTRATION

Levytskyi Viktor MODELING OF BUSINESS PROCESSES ON THE BASIS OF BUILDING AN OPTIMAL SYSTEM OF COMPLEXING ADAPTIVE-ORGANIZATIONAL MECHANISM MANAGEMENT OF ENTERPRISES	63
Yushchyshyna Larysa, Turkin Kateryna FACILITATIVE TECHNIQUES AS AN EFFECTIVE MEANS ADJUSTMENT OF GROUP DISCUSSION	72

SECTION V. ENTREPRENEURSHIP TRADE AND EXCHANGE ACTIVITIES

Ishchuk Svitlana PROBLEMS OF MECHANICAL ENGINEERING DEVELOPMENT IN UKRAINE	81
Totska Olesia FOREIGN TRADE IN UKRAINIAN GOODS WITH POLAND, ROMANIA, SLOVAKIA AND MOLDOVA: ANALYSIS AND FORECASTING	90
Lialiuk Alla, Sak Tetiana FORMATION OF OMNICAL MARKETING STRATEGIES IN RETAIL TRADE	99
Inna Mylko, Olena Nahornova, Ozhema Serhii STRATEGIC DIRECTIONS OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN THE CARPATHIANS MOUNTAINS UNDER CONDITIONS OF INSTABILITY	108
Requirements to the Completion of the Articles to the Collection of Journal «Economic journal of Lesya Ukrainka Volyn European National University»	118

РОЗДІЛ І. Економіка

УДК 330.1:330.34

Єліссєва Людмила,
доктор економічних наук, професор,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра економіки та природокористування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-8801-3329,
e-mail: Yelisieieva.Liudmyla@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-6-11>

РОЗВИТОК ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

У статті розкрито особливості становлення та розвиток теорії соціального капіталу. Систематизовано наукові погляди дослідників від Адама Сміта до сучасності щодо характеру та каналів впливу соціального капіталу на господарську систему та добробут економічних агентів зокрема. Розкрито роль досліджень Нобелівських лауреатів Кеннета Ерроу, Елеонор Остром, Амартії Сена у розвитку теорії соціального капіталу та вивченні його економічних ефектів. Охарактеризовано місце наукового доробку українського вченого Михайла Тугана-Барановського у формуванні концепції соціального капіталу. Запропоновано авторську періодизацію розвитку теорії соціального капіталу та перспективні напрями її дослідження. Розкрито особливості дослідження концепції соціального капіталу та мікро- та макрорівнях. Роль праць Френсіса Фукуями, Роберта Патнема, П'єра Бурдьє у виокремленні ключових характеристик соціального капіталу та актуалізації проблеми його розвитку в економічній науці.

Ключові слова: соціальний капітал, економічний розвиток, генеза концепції соціального капіталу.

Yelisieieva Liudmyla,
Doctor of Economics, Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Economics and Nature Management,
Lutsk

DEVELOPMENT OF THE THEORY OF SOCIAL CAPITAL

The article reveals the evolution of scientific views on the role of social capital in economic development. The scientific views of researchers from A. Smith to the present on the nature and channels of influence of social capital on the economic system and the welfare of economic agents in particular are systematized. The role of research of Nobel laureates K. Arrow, E. Ostrom, A. Sen in the development of the theory of social capital and the study of its economic effects is revealed. The place of M. Tugan-Baranovsky's scientific achievements in the formation of the concept of social capital is characterized. The author 's periodization of the development of the theory of social capital and perspective directions of its research are offered.

The periodization of the development of the theory of social capital is carried out with the separation of the following stages: 1) XVIII century - until the 1970s - the formation of basic scientific ideas about group cooperation as a factor in ensuring the efficiency of economic activity, 2) 1970s-1980s - the beginning of the study of economic consequences of social capital development at the micro-level; 3) 1990s - the beginning of the XXI century - expanding the scope of research of the economic potential of social capital from micro- to meso- and macro-levels, 4) the beginning of the XXI century – till now - shifting the focus of scientific discourse from theoretical to practice-oriented research on the economic return of social capital.

It was found that scientific views on the place of social capital in the development of socio-economic processes have evolved significantly: from studying its importance in the formation of human capital to the role in education, health, economic growth, poverty reduction, income inequality and more. However, despite the diversity of such studies, the issues of the interaction of social capital development, on the one hand, and innovation, entrepreneurship,

financial markets, state and local self-government, on the other, remain insufficiently studied; and the role of social capital in ensuring the sustainable development.

Keywords: social capital, economic development, the genesis of the concept of social capital.

Постановка проблеми. В умовах глобальних трансформацій, війни в Україні та поширення Covid-19 зростає значення суспільної відповідальності в соціально-економічній взаємодії та підвищення рівнів довіри до влади й інших суб'єктів господарювання, що нерозривно пов'язано із розвитком інституту соціального капіталу. Останній передбачає свідоме дотримання правил і формування поведінкових патернів, які є передумовою підвищення економічного добробуту індивідів та процвітання національної економіки загалом. У зв'язку з цим дослідження концепції соціального капіталу є актуальним і своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні перші дослідження соціального капіталу з'явилися на початку ХХІ ст. Серед них – праці О. Балакіревої, Б. Буркинського, З. Галушки, Н. Гражевської, О. Петрое та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри вагомі наукові результати вище зазначених робіт, на нашу думку, в сучасній економічній науці недостатньо систематизовано наукові погляди на роль соціального капіталу в економічному розвитку.

Метою статті є дослідження особливостей розвитку соціального капіталу на етапі становлення та формування національних економік.

Виклад основного матеріалу дослідження. Концепція соціального капіталу є відносно новою. Її основи були закладені в 1970–1990-х роках у роботах П. Бурдье, Дж. Коулмана, Г. Лоурі, Р. Патнема, Ф. Фукуями та ін. Проте поняття “соціальний капітал” та дослідження окремих аспектів соціально-економічних процесів, які нині ми пов'язуємо з його функціонуванням, з'явилися значно раніше. Теоретичні підвалини для появи концепції соціального капіталу були закладені в роботах А. Сміта, М. Вебера, М. Тугана-Барановського, Р. Коуза, К. Ерроу, Дж. Б'юкенена, М. Олсона та ін. У них досліджувалися соціальні регулятори економічного розвитку, проблеми ефективності кооперації, форм колективної взаємодії, теорія груп тощо.

Ще в своїй праці “Дослідження природи та причин багатства народів” А. Сміт зазначав, що в цивілізованому суспільстві індивід “постійно потребує допомоги та співпраці великої кількості людей” [1, с. 27]. Їх соціально-економічна взаємодія обумовлена раціональними мотивами отримання економічної вигоди або (та) моральними нормами емпатії. На його думку, щасливішим є те суспільство, у якому під час вибору моделі економічної поведінки індивіди не завжди керуються раціональними мотивами, а навпаки – соціальними нормами й цінностями, які згуртовують людей.

Ідеї А. Сміта про важливе суспільне значення соціальної взаємодії знайшли відголосок і в теорії І. Бентама, який конкретизував п'ятнадцять базових “задоволень і страждань” людини, до яких відніс такі задоволення, як: “бути в гарних відносинах один з одним”, “від доброго імені”, “від спостереження за тими, хто став об'єктом нашої доброзичливості” тощо. Проте І. Бентам не ідеалізував такі потреби людини та був переконаний, що останні, як правило, не домінують в економічній поведінці індивідів. Така позиція І. Бентама корелюється й з висновками шотландського філософа ХVІІІ ст. Д. Юма [2]. Для соціальної дилеми Д. Юма важливою проблемою є відсутність дієвих санкцій у випадку порушення норм взаємності: яким чином можна бути впевненим у тому, що партнер не порушить угоду? Одним із перших класичне вирішення цієї дилеми (через втручання третьої сили) запропонував Т. Гоббс. Він песимістично висловлювався щодо можливостей суспільства функціонувати цивілізовано без нав'язування йому правил поведінки. Т. Гоббс був переконаний, що через недовіру один до одного й у мирний час люди перебувають у стані, який можна охарактеризувати як “війну всіх проти всіх” [3, с. 69]. На його думку, саме держава як третя сила примушує своїх підданих робити те, чого вони не чинять добровільно – довіряти один одному.

У своїй знаменитій праці “Протестантська етика і дух капіталізму” М. Вебер, досліджуючи природу довіри, цінностей та їх суспільної ролі, прийшов до висновку, що саме соціальні норми мають суттєвий вплив на економічну успішність індивіда та ефективність соціальних мереж. Серед основних цінностей, які сприяють економічній взаємодії, він виокремив чесність як джерело формування довіри, репутації та зниження ризиків під час обміну тощо.

Близькою до ідей М. Вебера є праця французького мислителя А. Токвіля “Демократія в Америці”. Центральною тезою обох досліджень є те, що деякі етичні навички та традиції, а саме схильність людей до стихійного згуртування, мають вирішальне значення для урізноманітнення організаційних форм, а відповідно й створення національного багатства. У науковій літературі А. Токвіля вважають одним із основоположників концепції соціального капіталу.

Значний вплив на формування майбутньої концепції соціального капіталу мали дослідження кооперації та її впливу на соціально-економічні процеси у працях зарубіжних та українських вчених. Серед праць українських вчених у царині кооперації особливе значення для становлення концепції соціального капіталу посідає праця М. Тугана-Барановського “Соціальні основи кооперації” (1916 р.), у якій вчений називає кооперативи практично єдиною новою формою господарської організації, що “з’явилась унаслідок спільних свідомих зусиль широких соціальних груп із метою удосконалення існуючої системи господарювання” [4, с. 46]. Створенню кооперативу, на його думку, передувало згуртування економічних агентів зі спільними економічними інтересами та соціальними нормами й цінностями. Завдяки цьому кооператив відрізнявся від традиційного капіталістичного підприємства: “якщо тіло кооперативу створене капіталізмом, то душа кооперативу – соціалістичним ідеалом” [4, с. 67]. Ключем до суспільної трансформації вчений вважав високий рівень самоорганізації суспільства, тобто відкритого соціального капіталу.

Уперше термін “соціальний капітал” у близькому до сучасного трактування був використаний у роботах Л. Ханіфана під час дослідження шкіл як осередків формування соціального капіталу сільської громади. У своєму дослідженні він вказав, що поняття “соціальний капітал” не повністю відповідає дефініції капіталу, проте його роль у спільнотах, суспільстві (т. зв. “соціальних корпораціях”) подібна до функцій фізичного та грошового капіталу в підприємстві [5, с. 130]. На його думку, накопичення соціального капіталу відбувається через соціально-економічну взаємодію індивідів під час громадських робіт, громадських обговорень або спільних розваг тощо. Л. Ханіфан одним із перших звернув увагу на кореляцію між соціальним капіталом та соціально-економічним розвитком.

Важливе значення для формування концепції соціального капіталу мають дослідження, присвячені теорії груп і колективних дій. Однією із найбільш системних у цій сфері стала праця “Логіка колективної дії” М. Олсона. У своєму дослідженні автор довів, що уявлення про те, що групи тяжіють до дій у спільних інтересах, є хибними, незважаючи на те, що вони підкріплювалися теоремою Р. Коуза, теорією К. Маркса та ін. Якщо цінність колективного блага для групи перевищує витрати на нього, з’являється можливість проведення торгів за Р. Коузом щодо забезпечення цього блага, які дозволять отримати вигоду всіма членами групи. Однак, якщо група є достатньо великою, її члени не мають мотивації вступати в витратні торги й стратегічну взаємодію для укладення угоди. На його думку, навіть за умови, якщо трансакційні витрати дорівнювали б нулю, не завжди члени групи здійснять угоду за Р. Коузом: будь-яке очікування, що таку угоду буде укладено, породжуватиме гру без ядра – постійні зусилля усіх раціональних індивідів, спрямовані на те, щоб перебувати в підгрупі, яка отримуватиме найбільшу вигоду, тобто в коаліції “безбілетників” [6, с. 75].

М. Олсон зазначав, що, оскільки різні соціальні групи не можуть бути абсолютно однаково організованими, то “групи, що організуються для колективної дії, схильні не зважати на втрати тих, хто організації немає: добровільні чи ринкові сили не ведуть до торгів за Коузом чи соціального контракту, ефективного для усього суспільства” [6]. З вище зазначеного стає зрозуміло, що функціонування організованих груп має свої соціальні та економічні ризики для економічних агентів, які знаходяться поза ними. Водночас необхідні спеціальні умови, за яких великі й малі групи діятимуть результативно. На ефективність співпраці в межах групи впливають їх величина, можливості соціального контролю й та обставина, що кожен індивід оцінює колективне благо групи по-своєму.

Упродовж останньої третини ХХ ст. розпочався новий етап у концептуалізації теорії соціального капіталу на засадах мультидисциплінарного підходу, коли наукові положення одночасно розроблялися соціологами (Р. Бертом, П. Бурдьє, М. Грановеттером, Дж. Коулманом, А. Лайтом та ін.), економістами (Г. Лоурі, Г. Беккером, Й. Бен-Поратом ін.), політологами (Р. Патнемом).

Основний акцент у цей період робився на дослідженні ролі індивідуального соціального в формуванні людського капіталу.

У 1970-х роках першим увагу економістів до ролі соціального в формуванні людського капіталу привернуло дослідження Г. Лоурі. Останнє було присвячено расовій дискримінації на ринку праці та високому рівню бідності серед афроамериканського населення. Такі ідеї послужили підвалинами для формування концепцій ізраїльського економіста Й. Бен-Пората про Ф-зв'язки ("F-connections") та соціолога Дж. Коулмана про роль соціального в створенні людського капіталу.

Наприкінці 1970-х років з'явилися перші роботи П. Бурдье, присвячені соціальному капіталу. У цих дослідженнях він не прирівнюється до економічного чи культурного капіталів, а сприяє конвертації однієї форми в іншу. П. Бурдье надав першість економічному капіталу, проте вказав, що без соціального його використання буде менш ефективним. Водночас він визначив специфічні ресурси, до яких отримував доступ економічний агент через участь у соціальних мережах. Серед вигід використання індивідуального соціального капіталу він виділив уміння та навички, які можна сформувати через соціальну взаємодію з іншими.

Проте центральною проблемою роль соціального капіталу в розвитку людського стала в працях Дж. Коулмана. Останній був переконаний, що соціальний капітал може покращувати якість освіти. Обстеження американських шкіл показало, що більш низькі норми вибуття школярів із навчального процесу спостерігалися в релігійних школах у згуртованих общинах, ніж у інших громадських чи приватних школах, незалежно від фінансового становища домогосподарств [7].

Важливим внеском у концептуалізацію теорії соціального капіталу, зокрема в частині аналізу взаємозв'язку соціального та людського капіталів, стали роботи нобелівського лауреата з економіки Г. Беккера. Серед його праць лівову частку займають публікації, присвячені економіці сім'ї. У рамках мікроекономічного аналізу він розглядав виховання й освітній розвиток дітей як процес інвестування з боку батьків. Г. Беккер уперше проаналізував вибір між кількістю дітей та рівнем їх людського капіталу. Він виявив, що між ними існує обернена залежність і тут діє своєрідний механізм мультиплікатора: зменшення кількості дітей у сім'ях та зростання ролі сімейного соціального капіталу часто супроводжується підвищенням рівня людського капіталу дітей, проте це й надалі спричиняє зменшення народжуваності та підвищення суспільних очікувань до умінь та навичок дітей. Г. Беккер також сформулював "теорему про зіпсовану дитину", згідно з якою якщо глава сім'ї (бенефактор) є альтруїстом, тоді навіть "зіпсована" дитина (бенефеціарій), яка керується тільки егоїстичними мотивами, буде демонструвати альтруїстичну поведінку. Г. Беккер підкреслював, що соціальний та людський капітали здатні суттєво впливати один на одного. На його думку, вони є комплементарними, але не можуть бути абсолютно замінними.

У 1990-х роках з'явилася чимало праць, присвячених необхідності розвитку соціального капіталу на рівні організацій. Подальше урізноманітнення напрямів дослідження впливу соціального капіталу на суспільний розвиток відбулося наприкінці XX – на початку XXI ст. У 1998 р. А. Сен отримав нобелівську премію "за внесок в економіку добробуту та відновлення етичного підходу до життєво важливих економічних проблем". А. Сен наводить приклад Японії, де систематичне відхилення від егоїстичної поведінки в напрямі добровільної колективної співпраці та лояльності до державних інститутів відіграло важливу роль в індустріальному прогресі національної економіки.

Важливе економічне значення соціального капіталу та його структурних складових (зокрема, довіри) зауважив і нобелівський лауреат з економіки 1972 р. К. Ерроу. Він стверджував, що за відсутності довіри між членами суспільства втрачаються можливості для їхньої взаємовигідної співпраці, що спричиняє негативні наслідки для економіки. Наукова ідея К. Ерроу полягає в тому, що соціальні норми та моральні кодекси повинні згладити провали ринку, коли вони працюють на інтерналізацію витрат і вигід, які виникають через дії егоцентричних індивідів.

Перша спроба проаналізувати вплив соціального капіталу на макроекономічному рівні була здійснена Р. Патнемом. Під час дослідження провінцій Італії вчений виявив значно більший запас соціального капіталу на півночі порівняно з півднем країни [8]. Причину цього він убачав у попередній траєкторії розвитку. На його думку, історичний досвід демократії та самоуправління в італійських містах-республіках на півночі країни сприяли накопиченню соціального капіталу, тоді як колоніальна залежність на півдні Італії перешкоджала цьому процесу.

У своїй роботі “Довіра: соціальні чесноти та шлях до процвітання” Ф. Фукуяма також стверджував, що соціальний капітал визначає успіх “самореалізації” кожного суспільства. За рівнем загальної довіри він виділив дві групи суспільств [9, с. 1–3]: 1) із високим рівнем довіри, яка характерна для ліберальних демократій (наприклад, США, Німеччини, Японії), 2) із низьким рівнем, до яких він відніс Китай, Мексику, Францію, Італію, а також країни Східної Європи. Він стверджував, що суспільство, де панує довіра, здатне організовувати працю людей у більш гнучкому режимі, на колективних засадах та може делегувати більше відповідальності на нижчі рівні управління. І, навпаки, суспільство з високим рівнем загальної недовіри чітко регламентує обов’язки кожного, а тому такі національні економіки є менш успішними.

Наступним етапом у вивченні соціально-економічних наслідків розбудови соціального капіталу стала поява більш вузьких досліджень, які вивчали його вплив на окремі сфери суспільного життя.

На думку Дж. Коулмана, соціальний капітал впливає на ринки насамперед через здешевлення та спрощення механізму трансакцій. У своїй роботі “Капітал соціальний і людський” він навів приклад функціонування ринку оптової торгівлі діамантами, де для оцінки якості дорогоцінного каміння один продавець передає товар іншому без формального страхування. Такий вільний обмін камінням для експертизи – важлива умова функціонування ринку. За його відсутності ринок став би менш ефективним. Це пов’язано з тим, що дана спільнота є замкнутою, як за частотою угод, так й етнічними та сімейними зв’язками [7].

Особливої уваги заслуговують роботи науковців, які досліджують вплив соціального капіталу на місцевий розвиток і добробут домогосподарств. На прикладі Індії Р. Тоунсенд довів, що соціальний капітал розширив можливості бідних щодо ефективного розподілу ресурсів і підвищив їх “фінансову стійкість”. Водночас дослідження Д. Нарайяном 750 домашніх господарств із 45 сіл Танзанії виявило, що соціальний капітал є ключовим фактором у підвищенні добробуту домашніх господарств, рівня освіти чоловіків і жінок. Проте вплив соціального капіталу на рівень добробуту домашніх господарств виявився меншим, ніж на рівні сіл. Значно пізніше з’явилися роботи, присвячені дослідженню “темної” сторони розвитку соціального капіталу [10, с. 38–63, 182–207].

Висновки. Отже, систематизовано наукові погляди на роль соціального капіталу в суспільних перетвореннях, що дозволило запропонувати періодизацію розвитку теорії соціального капіталу, зокрема виокремивши такі етапи: I етап (XVIII ст. – до 1970-х років) – формування базових наукових уявлень про групову співпрацю як фактор забезпечення ефективності економічної взаємодії; 2) II етап (1970–1980-ті роки) – становлення мультидисциплінарного підходу та виокремлення економічних наслідків впливу соціального капіталу; 3) III етап (1990-ті роки – початок XXI ст.) – зміщення фокусу дослідження економічних ефектів соціального капіталу з мікро- на макрорівень; 4) IV етап (початок XXI ст. – до сьогодні) – формування системної теорії соціального капіталу через розширення предмету дослідження та локалізацію наукових розвідок на вивченні окремих економічних форм соціального капіталу в контексті їхнього впливу на певні сфери суспільного життя. Загалом наукові погляди на місце соціального капіталу в розвитку соціально-економічних процесів суттєво еволюціонували: від вивчення його значення у формуванні людського капіталу до ролі в освіті, охороні здоров’я, забезпеченні економічного зростання, подоланні бідності, нерівномірності розподілу доходів тощо. Проте попри різноспрямованість таких досліджень недостатньо вивченим залишаються питання взаємовпливу розвитку соціального капіталу, з одного боку, та інновацій, підприємництва, фінансових ринків, державних інституцій та місцевого самоуправління, з іншого; та ролі соціального капіталу у забезпеченні сталого розвитку.

Джерела та література

1. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Издательство социально-экономической литературы, 1962. 676 с.
2. Юм Д. Трактат о человеческой природе или попытка применить основанный на опыте метод рассуждения к моральным предметам. URL: <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%AE/yum-david/sochineniya-v-dvuh-tomah-tom-1/3>
3. Гоббс Т. Левіафан. К.: Дух і літера, 2000. 602 с.
4. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989. 496 с.

5. Hanifan L.J. The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 2016. Vol. 67. P. 130–138.
6. Олсон М. Влада і процвітання. Подолання комуністичних і капіталістичних диктатур. К.: ВД “Києво-Могилянська академія”, 2007. 174 с.
7. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий. *Общественные науки и современность*. 2001. № 3. С. 122–139.
8. Патнем Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии. М.: Ad Marginem, 1996. 288 с.
9. Фукуяма Ф. Доверие. Социальные добродетели и путь к процветанию. М.: Ермак, 2004. 730 с.
10. Єлісеєва Л.В. Роль соціального капіталу в економічному розвитку: монографія / НАН України, ДУ “Інститут економіки та прогнозування НАН України”. Київ, 2019. 356 с.

References

1. Smit, A. (1962). Issledovanie o prirode i prichinah bogatstva narodov [A study of the nature and causes of the wealth of peoples]. М.: Izdatel'stvo social'no-ekonomicheskoy literatury [in Russian].
2. Jum D. Traktat o chelovecheskoj prirode ili popytka primenit' osnovannyj na opyte metod rassuzhdenija k moral'nym predmetam [A treatise on human nature or an attempt to apply an experience-based method of reasoning to moral objects]. Retrieved from <https://litresp.ru/chitat/ru/%D0%AE/yum-david/sochineniya-v-dvuh-tomah-tom-1/3>
3. Ghobbs, T. (2000). Levifan [Levifan]. Kyiv: Dukh i litera [in Ukrainian].
4. Tugan-Baranovskij, M. (1989). Social'nye osnovy kooperacii [Social bases of cooperation]. М.: Ekonomika [in Russian].
5. Hanifan, L. (2016). The rural school community center. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, (67). – P. 130–138 [in English].
6. Olson, M. (2007). Vlada i protsvitannia. Podolannia komunistychnykh i kapitalistychnykh dyktatur [Power and prosperity. Overcoming communist and capitalist dictatorships]. Kyiv: KM Akademiia [in Ukrainian].
7. Koulman, Dzh. (2001). Kapital social'nyj i chelovecheskij [Social and human capital]. *Obshhestvennye nauki i sovremennost'* – Social sciences and modernity, (3). – P. 122–139 [in Russian].
8. Patnem, R. (1996). Chtoby demokratija srobotala. Grazhdanskije tradicii v sovremennoj Italii [For democracy to work. Civic traditions in modern Italy]. М.: Ad Marginem [in Russian].
9. Fukujama, F. (2004). Doverie. Social'nye dobrodeteli i put' k procvetaniju [Trust. Social virtues and the path to prosperity]. М.: Ermak [in Russian].
10. Yeliseieva, L. (2019). Rol' sotsialnoho kapitalu v ekonomichnomu rozvytku [The role of social capital in economic development]. Kyiv: Institute for economics and forecasting National Academy of Sciences of Ukraine [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.04.2022 р.

УДК 355.58: 159.953.5

Ліпич Любов,
доктор економічних наук, професор,
Луцький національний технічний університет,
кафедра підприємництва, торгівлі та логістики,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-9059-7271,
e-mail: lipych_liubov@lutsk-ntu.com.ua

Хілуха Оксана,
кандидат економічних наук, доцент,
Львівський університет бізнесу та права,
кафедра економіки підприємства та інформаційних технологій,
м. Львів, ORCID ID 0000-0002-1228-7171,
e-mail: oksana.hiluha@vnu.edu.ua

Кушнір Мирослава,
кандидат економічних наук, доцент,
Український католицький університет,
кафедра прикладної економіки та бізнесу,
м. Львів, ORCID ID 0000-0002-4441-4278,
e-mail: mlipych@ukr.net

Волинець Ірина,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра менеджменту та адміністрування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0003-2556-2109,
e-mail: Irina.Volynets@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-12-19>

ВНУТРІШНЄ КОМУНІКУВАННЯ В МІЖНАРОДНІЙ КОРПОРАЦІЇ

Сьогодні комунікація вважається невід'ємним елементом управління компанією. Обґрунтовано, що комунікативний бар'єр становить собою перешкоду, яка є причиною складності обміну інформацією в ході діалогу. Виокремлено три групи міжкультурних бар'єрів: ті, що пов'язані з національною культурою, організаційні та особистісні. Міжкультурні бар'єри можуть призвести до того, що учасники діалогу будуть по-різному інтерпретувати однакові поняття і це накладе відбиток на ефективність розмови. Щоб зменшити або виключити це негативне явище, аналіз культурних відмінностей слід проводити на чотирьох рівнях: культурна ідентичність, культурне само сприйняття, сприйняття інших культур, пошук в культурі точок дотику з метою полегшення комунікування. Доведено, що створення комплексної внутрішньої комунікаційної системи дозволяє покращити функціонування міжнародних корпорацій на багатьох рівнях.

Ключові слова: внутрішнє комунікування, комунікаційна система, міжкультурні бар'єри, міжкультурні відмінності, групи міжкультурних бар'єрів.

Lipych Lubov,
D.Sc. (Economics), Professor,
Lutsk National Technical University,
Department of Entrepreneurship, Trade and Logistics,
Lutsk

Khilukha Oksana,
PhD in Economics, Associate Professor,
Lviv University of Business and Law,
Department of Enterprise Economics and Information Technologies,
Lviv

Kushnir Myroslava,
PhD in Economics, Associate Professor,
Ukrainian Catholic University,
Department of Applied Economics and Business,
Lviv

Volynets Iryna,
PhD in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Management and Administration,
Lutsk

INTERNAL COMMUNICATION IN THE INTERNATIONAL CORPORATION

Introduction. Today, communication is considered an integral part of the company's management. The aim of the work is to analyze the activities in the field of internal communication, to minimize communication barriers arising from cultural differences.

The purpose of the article is to analyze the activities in the field of internal communication, to minimize communication barriers that arise due to cultural differences.

Results. It is established that intercultural communication is a process of communication (verbal and nonverbal) of people (groups of people) belonging to different national linguistic and cultural communities, usually using different identical languages, experiencing linguistic and cultural "foreignness" of communication partners, having different communicative competence can cause communication failures or culture shock in communication.

It is substantiated that the communication barrier is an obstacle that is the reason for the difficulty of exchanging information during the dialogue. Three groups of intercultural barriers have been identified: those related to national culture (political, religious, cultural stereotypes, prejudices, social ethnocentrism), organizational (features of corporate governance, features of corporate culture, level of cultural hatch, features of activities) and personal (ethnocentric attitudes, errors of perception, little experience of international work, individual traits, low level of cultural intelligence, low level of cultural competencies). Intercultural barriers can lead to different interpretations of the same concepts, and this will affect the effectiveness of the conversation. To reduce or eliminate this negative phenomenon, the analysis of cultural differences should be conducted on four levels: cultural identity, cultural self-perception, perception of other cultures, the search for points of contact in culture to facilitate communication.

Conclusions. It has been proven that the creation of a comprehensive internal communication system that takes into account and minimizes cultural barriers can improve the functioning of international corporations at many levels. The choice of tools for internal communication depends on the size of the company, the type and scope of activities and its financial capacity. Extensive experience and different personalities of members of multicultural teams require professional managerial skills.

Key words: internal communication, communication system, intercultural barriers, intercultural differences, groups of intercultural barriers.

Постановка проблеми. Діяльність міжнародної корпорації через широку сферу діяльності пов'язана з великою кількістю спілкування працівників у міжнародному середовищі. Невміння впоратися з культурним різноманіттям часто є комунікаційним бар'єром, що впливає на ефективність спілкування. У випадку позицій, пов'язаних з побудовою відносин із середовищем (наприклад, обслуговування клієнтів, перемовини тощо), знання виду комунікаційних бар'єрів, що виникають через культурні відмінності може мати вирішальний вплив на успіх проєктів, а відтак і на розвиток компанії.

Внутрішня комунікація в організації пов'язана з процесом передачі та отримання інформації всередині організації між усіма її членами. Метою внутрішньої комунікації є інформування працівників про ситуацію в компанії, інтеграція окремих відділів, мотивація та навчання працівників. Внутрішня комунікація також дозволяє дізнатися про думки та ідеї працівників.

Розробка стратегії внутрішнього комунікування, яка об'єднує працівників різних підрозділів по всьому світу для досягнення цілей і місії компанії, вимагає навичок управлінського персоналу, насамперед у сфері управління людськими ресурсами, а також у сфері управління персоналом,

міжнародного маркетингу. У внутрішньому спілкуванні в міжнародній корпорації важливо адаптувати зміст і форму повідомлення до типу одержувача та його культури..

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням впливу національної культури на ведення економічної діяльності займалися багато зарубіжних учених, зокрема: С. Блек (Black) [1], Р. Гаман (Gaham) [1], С. Дахл (Dahl) [3], Г. Хофстеде (Hofstede) [4], М. Мінков (Minkov) [4], Е. Холл (Hall) [8], Ібен Дженсен (Jansen) [11], Д. Трагер, Ч. Хемпден Тернер, Ф. Тромпернарс, Р. Льюїс та інші. Серед вітчизняних учених низку досліджень здійснили Ф.С. Бацевич [2], І. В. Єлейко [5], Н. В. Кіш [10], М. Нижник, Палеха, Ю. Петрушенко, О. Приятельчук та інші. Більшість дослідників у сфері взаємодії суб'єктів господарювання схиляється до думки, що спорідненість культур позитивно впливає на збільшення обсягів міжнародного співробітництва. Натомість культурні відмінності є перешкодою на шляху до ефективних міжнародних економічних відносин. Подолати ці відмінності можна через вивчення національних культурних категорій, урахування параметрів національної культури.

Метою статті є аналіз діяльності у сфері внутрішньої комунікації, для мінімізації комунікаційних бар'єрів, що виникають через культурні відмінності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток технологій та нові можливості комунікування сприяли розвитку контактів і взаємного спілкування між представниками різних культур. Економічна та політична інтеграція зміцнила зв'язки співробітництва між людьми в усьому світі. В результаті глобалізації міжкультурне спілкування є основою співпраці між організаціями. Особливо серед керівництва міжнародних організацій, «комунікація сьогодні вважається невід'ємним елементом управління компанією» [1].

Датою народження міжкультурної комунікації як академічної дисципліни можна вважати 1954 рік, коли побачила світ книга Е. Холла і Д. Трагера «Culture as Communication» («Культура як комунікація»). У даній роботі автори вперше запропонували для широкого вживання термін «міжкультурна комунікація», що відбивала, на їхню думку, особливу галузь людських відносин. Пізніше основні положення та ідеї міжкультурної комунікації були більш розгорнуто розвинуті у відомій роботі Е. Холла «The Silent Language» («Німа мова», 1959 р.), де автор показав тісний зв'язок між культурою і комунікацією. Вважається, що Е. Холл є засновником міжкультурної комунікації як окремої дисципліни. У своїй книзі український вчений у галузі комунікативної лінгвістики і філософії мови Ф. С. Бацевич подає таке визначення міжкультурної комунікації: це процес спілкування (вербального і невербального) людей (груп людей), які належать до різних національних лінгвокультурних спільнот, як правило послуговуються різними ідентичними мовами, відчувають лінгвокультурну «чужинність» партнера по спілкуванню, мають різну комунікативну компетенцію, яка може стати причиною комунікативних невдач або культурного шоку в спілкуванні [2].

У спілкуванні представників різних культур поява відмінностей, що впливають із усталених моделей мислення та поведінки, неминуча. Зазвичай вони активуються несвідомо або навіть автоматично [3, с. 3]. Такі ситуації часто призводять до непорозумінь, неправильного розуміння повідомлень, які передаються, а деякі види поведінки сприймаються як неприпустимі або навіть грубі, навіть якщо учасники процесу нічого поганого на думці не мали. Тому проблеми зі спілкуванням і порозумінням між представниками різних культур можуть виникнути через незнання чинних правил.

Гір Хофстеде (Hofstede) [4, с. 43-46] дійшов висновку, що в процесі комунікування можна виділити три основні елементи:

- символи (слова, жести, образи, предмети, герої), як унікальні для даної культури, часто зрозумілі лише її представникам, так і спільні для великої групи населення і навіть для всього людства;
- ритуали – дії, які вважаються необхідними в певній громаді, наприклад, державні чи релігійні святкування, способи вітання, службова та приватна поведінка;
- цінності – невидимі неозброєним оком, є вирішальними при прийнятті рішення – проявляються в способах поведінки в тих чи інших ситуаціях.

На думку Гіра Хофстеде (Hofstede) [4, с. 6], національна культура – це колективне програмування свідомості, що відрізняє членів однієї групи від іншої. Учений вважає, що

програмування свідомості відбувається на трьох рівнях: універсальному, колективному та особистісному (рис. 1).

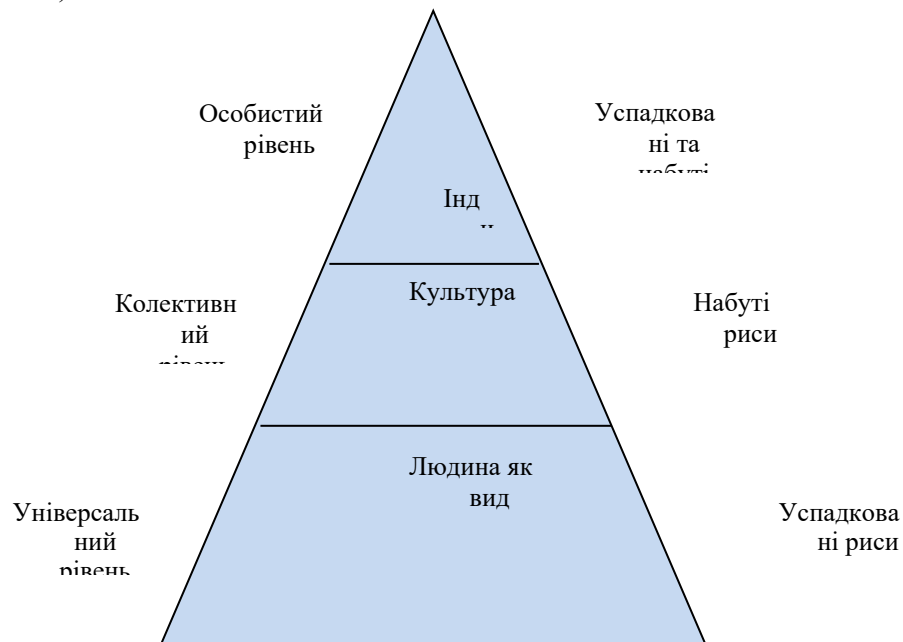


Рис. 1. Рівні програмування свідомості за Г. Хофстеде
Джерело: [5]

Універсальний рівень є найбільш загальним та відповідає за ті ознаки, що характерні для людини як виду загалом. Проте існують певні характеристики, що притаманні тільки для певної групи осіб - це колективний рівень програмування. До ознак людини, що формуються на колективному рівні, належать мова спілкування, невербальні засоби комунікації, ставлення до старших, особливості харчування тощо. Особистий рівень є найбільш унікальним, оскільки відповідає за риси, притаманні тільки певному конкретному індивіду. Особисті якості визначають поведінку людини у межах колективної культури. Риси, притаманні індивіду, можуть бути як успадковані, так і набуті в процесі навчання. Натомість на колективному рівні більшість людських характеристик розвивається у процесі взаємодії з іншими. Ці ознаки залежать також від зовнішніх факторів, що впливають на особливості існування певної групи.

На початку 70-х років XX століття Гірт Хофстеде провів дослідження ділової культури робітників і менеджерів міжнародного концерну ІВМ. Нідерландським ученим було проведене анкетування працівників різних відділів цієї компанії, розташованих у 72-х країнах світу. Результатом дослідження стало виділення чотирьох параметрів для вимірювання та порівняння національних культур, а саме [6]:

1. Дистанція влади, або рівень сприйняття членами суспільства ієрархії влади, або нерівний розподіл влади в організаціях і суспільстві.
2. Уникнення невизначеності, або рівень готовності членів даного суспільства мати справу з невизначеністю, йти на ризик у повсякденному житті, їх бажання співпрацювати радше з давніми знайомими і друзями, ніж із незнайомими людьми.
3. Індивідуалізм/колективізм, або рівень готовності індивіда діяти всередині та поза групою, підкорятися їй або бути вільним від групового тиску.
4. Мужність/жіночість (м'якість) – як передумова диференціації соціальних ролей суб'єкта й основа встановлення ціннісних переваг у суспільстві.

Згодом було додано ще один параметр вимірювання культури – індекс довгострокової орієнтації, що проявляється у погляді на майбутнє та в наполегливості стосовно досягнення цілей, і параметр індульгенції [5].

При цьому важливим є не той факт, наскільки значними є культурні відмінності. Набагато більше значення має те, наскільки особливості певної культури беруться до уваги під час взаємодії суб'єктів економічних відносин [7, с. 368].

Чи не найбільшого поширення та авторитету в ХХ ст. отримали праці Е. Холла. Вчений сфокусував свою увагу на способах комунікації, наявних у культурі, й описав чотири параметри, за якими можна порівняти культурні соціуми: контекст, часові рамки, особистий простір та інформаційний потік [8].

1. Контекст, або кількість інформації, необхідної для успішної передачі повідомлення чи здійснення комунікації. Відповідно до цього параметру, Е. Холл розрізняє низько- та висококонтекстові культури. У країнах із висококонтекстовою культурою існує велика мережа соціальних взаємозв'язків усередині родин, між друзями, колегами, замовниками тощо, тут відбувається постійний жвавий обмін інформацією. Наявність такого постійного інформаційного обміну призводить до того, що додаткова комунікація часто буває зайвою через зрозумілість контексту.

2. Параметр часу або часових рамок. Відповідно до цього параметру Е. Холл розрізняє монохромні та поліхромні культури. У монохромних культурах час розподіляється у такий спосіб, що в один і той же його відрізок можливий тільки один вид діяльності, тому одна справа йде за іншою, як ланки одного ланцюга. У поліхромних культурах велике значення надається не дотриманню умов домовленості щодо часових рамок зустрічі, а безпосередньо спілкуванню між людьми та вирішенню, таким чином, поставлених проблем. Як правило, на основі різного ставлення до часу виникає багато конфліктів та непорозумінь. Тут важливо завжди пам'ятати, що на вчинки людей з іншої системи часу не можна реагувати так само, як на ті ж вчинки людей зі своєї часової системи. Іншими словами, менеджер, який не розуміє відмінностей у сприйнятті часу представниками різних культур, ризикує зруйнувати навіть тривалі партнерські відносини

3. Особистий простір під час здійснення комунікації.

4. Інформаційний потік. В одних культурах інформація поширюється повільно, цілеспрямовано, по спеціально призначених каналах. В інших – система розповсюдження інформації діє швидко і широко, викликаючи відповідні зворотні реакції [8].

Культура має величезний вплив на міжособистісні контакти, а пізнання її відмінностей є складним процесом і вимагає професійних знань. Різні дослідження фіксують величезні витрати, пов'язані з міжкультурними непорозуміннями і невірними тлумаченнями в галузі міжнародного злиття та поглинання компаній. Вони показують, що від 45 % до 75 % всіх злиттів зриваються через відмінності у корпоративній культурі в рамках зацікавлених підприємств [9].

Кожна культура в процесі спілкування використовує існуючі в ній стандарти. Складність полягає в тому, щоб його ідентифікувати та зрозуміти, адже це необхідно для успішного та ефективного комунікування. Щоб уникнути проблем, що виникають через труднощі в спілкуванні з особою іншої культури, слід отримати особливий тип компетенції, який складається як з комунікаційної інтенції, так і з усвідомлення різниці між кодами та умовами спілкування. Якщо люди з різною культурою будуть використовувати ту саму вербальну та невербальну мову, то відмінності, що впливають із коду, можуть вплинути на форму повідомлень, що передаються. Незважаючи на усвідомлення того, що культурні відмінності в процесі комунікації можуть і часто є перешкодою для ефективного спілкування, багато компаній не сприймають їх серйозно.

Відсутність знань про культурні відмінності часто є комунікаційним бар'єром, який негативно впливає на функціонування організації. Як великі, так і міжнародні компанії, не говорячи про менші, не мають відділів або фахівців, відповідальних за управління феноменом культурного розмаїття.

Комунікативний бар'єр становить собою перешкоду, що є причиною неможливості обміну інформацією в ході діалогу й має психологічну природу. У це поняття можуть також входити й соціально-культурні перешкоди, і бар'єри відносин, а також бар'єри розуміння. Варто розібратися, із чого складається сутність кожного з цих бар'єрів. Психологічні бар'єри передбачають наявність у комунікаторів деяких невідповідностей у характері, темпераменті, відношенні й навіть емоційному стані. Бар'єри соціально-культурних відмінностей означають політичні, релігійні, професійні або ж соціальні розбіжності, які можуть призвести до того, що учасники діалогу будуть по-різному інтерпретувати однакові поняття і, як наслідок, це накладе відбиток на ефективність розмови.

До основних категорій бар'єрів у міжкультурній комунікації Н. В. Кіш відносить:

- мовні бар'єри – неспроможність висловити думку у повній мірі у зв'язку з недосконалим знанням мови посередника або мови одного з учасників спілкування;
- бар'єри сприйняття – інший світогляд, менталітет;
- бар'єри, обумовлені впливом культури – непорозуміння через інші культурні цінності;
- бар'єри як результат невербальної комунікації, вражень, дистанції (інтимної, особистої, соціальної, публічної) [10].

Ібен Дженсен (Jansen) [11] вважає, що культура виступає фільтром, через який ми отримуємо лише деякі повідомлення, надіслані представником іншої культури. Крім того, отримані повідомлення можуть бути неповними або навіть суперечити думці автора. Щоб зменшити або виключити це негативне явище, аналіз культурних відмінностей слід проводити на чотирьох рівнях [11]:

- культурна ідентичність;
- культурне самосприйняття;
- сприйняття інших культур;
- пошук в культурі точок дотику з метою полегшення комунікування.

На основі зазначеного можна стверджувати, що культурні бар'єри – це культурно обумовлені чинники, які становлять перешкоди для ефективного функціонування корпорації в цілому та її окремих підрозділів. Визначальні чинники перешкоди ефективному спілкуванню визначаються як культурною, так і іншими детермінантами, які перешкоджають міжкультурній взаємодії. Крім загального впливу культури, на комунікаційні процеси в міжнародних корпораціях впливають елементи психології, індивідуальних відмінностей і приналежності до груп у межах певної культури. На основі вище зазначеного, слід виділити три групи міжкультурних бар'єрів: ті, що пов'язані з національною культурою, організаційні та особистісні (табл. 1).

Таблиця 1

Групи культурних бар'єрів

Пов'язані з національною культурою	Організаційні	Особистісні
<ul style="list-style-type: none"> • Політичні • Релігійні • Культурні стереотипи • Упередження • Соціальний етноцентризм 	<ul style="list-style-type: none"> • Особливості управління корпорацією • Особливості корпоративної культури • Рівень культурного люку • Особливості виду діяльності 	<ul style="list-style-type: none"> • Етноцентричні установки • Помилки сприйняття • Невеликий досвід міжнародної роботи • Індивідуальні риси характеру • Низький рівень культурного інтелекту • Низький рівень культурних компетенцій

Джерело: власні напрацювання

Ефективна комунікація, вільна від комунікаційних бар'єрів, є основною умовою, якій має відповідати кожна компанія на всіх рівнях та етапах її діяльності. Це запорука успіху в безперебійній роботі бізнес-процесів і проектів. Тому турбота про успішність та ефективність міжкультурної комунікації для багатьох компаній, і, в першу чергу, міжнародних, має стати одним із важливих напрямків їх діяльності. Для досягнення управлінської мети суб'єкт управління повинен мислити стратегічно, і лише за умови правильної побудови стратегії міжкультурної комунікації він отримає очікуваний результат. Комунікативна стратегія визначається нами як покрокове перспективне планування дій з метою встановлення необхідного рівня комунікації в організації. Головна мета комунікативної стратегії міжнародних корпорацій полягає у забезпеченні стабільної і ефективної діяльності комплексної внутрішньої комунікаційної системи, яка враховує та мінімізує культурні бар'єри з метою ідентифікації попиту та просування товарів і послуг на національні ринки.

Висновки і перспектива подальших досліджень. Створення комплексної внутрішньої комунікаційної системи, яка враховує та мінімізує культурні бар'єри, дозволяє покращити функціонування міжнародних корпорацій на багатьох рівнях. Вибір інструментів для внутрішньої

комунікації залежить від розміру компанії, виду і сфери діяльності та її фінансової спроможності. Форми спілкування можуть бути прямими або непрямими, формальними чи неформальними, вербальними та невербальними. Вибір засобів комунікації має бути свідомим і враховувати культурні відмінності. Для спілкування з працівниками все частіше використовуються нові інформаційні технології. Вони особливо ефективні в транснаціональних корпораціях.

Управління різноманітним організаційним середовищем з високим рівнем мультикультурності є складним процесом, особливо для вищого менеджменту. Великий досвід та різні характери членів мультикультурних команд вимагають професійних менеджерських навичок.

Джерела та література

1. Black S., Gaham R. The Evaluation of Public Relations Education and the Influence of Globalisation. URL: <http://www.ipra.org/members/archive/goldpapers/gold12pdf>. 1997 (дата звернення: 02.04.2022).
2. Бацевич Ф. С. Словник термінів міжкультурної комунікації. Київ. Довіра. 2007. 205 с.
3. Dahl S. Intercultural Research: The Current State of Knowledge, Middlesex University Business School, London. 2004.
4. Hofstede, Geert, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. Cultures and organizations: Software of the mind. Vol. 2. New York. Mcgraw-hill. 2005.
5. Слейко І. В. Значення національної культури у здійсненні економічної діяльності представниками різних країн світу *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Випуск 21. С. 77-82. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/16.pdf> (дата звернення: 02.04.2022).
6. Hofstede G. Compare countries. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/pdf> (дата звернення 02.04.2022).
7. Kwok L, Bhagat S., Buchan N. Culture and international business: recent advances and their implications for future research. *Journal of International Business Studies*. 2005. № 36. С. 357-378.
8. Hall Jr, Edward T. Deaf culture, tacit culture & ethnic relations. *Sign Language Studies*. 65.1 (1989). С. 291-304.
9. Polack-Wahl J. A. It is time to stand up and communicate. Proc. 30 th ASEE/IEEE Frontiers in Education. Kansas City, USA, FIG-16-FIG-21, 2000. URL: <http://www.tgpct.com/E-journal/The%20Confluence%20Journal-volume%20III.pdf> (дата звернення: 02.04.2022).
10. Кіш Н. В. Бар'єри ефективної міжкультурної комунікації глобального інженера. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія Педагогіка, соціальна робота*. 2014. Випуск 34. С. 86-89.
11. Jensen I. The Practice of Intercultural Communication, reflections for professionals in cultural meetings. *Journal of Intercultural Communication*. 2003. Issue 6. Pp. 3-13.

References

1. Black S., Gaham R. (1997). The Evaluation of Public Relations Education and the Influence of Globalisation. URL: <http://www.ipra.org/members/archive/goldpapers/gold12>. (retrieved: 02.04.2022). [in English].
2. Batseyvych F. S. (2007). Slovyk terminiv mizhkulturnoi komunikatsii [Dictionary of terms of intercultural communication]. Kyiv. Dovira. 205 s. [in Ukrainian].
3. Dahl S. (2004), Intercultural Research: The Current State of Knowledge, Middlesex University Business School, London. [in English].
4. Hofstede G., Hofstede G. J., Minkov M. (2005). Cultures and organizations: Software of the mind. Vol. 2. New York. Mcgraw-hill. [in English].
5. Yeleiko I. V. (2018). Znachennia natsionalnoi kultury u zdiisnenni ekonomichnoi diialnosti predstavnykamy riznykh krain svitu [The importance of national culture in the implementation of economic activities by representatives of different countries]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*. Vypusk 21. S.77-82. URL: <http://global-national.in.ua/archive/21-2018/16.pdf> (retrieved: 02.04.2022). [in Ukrainian].
6. Hofstede G. Compare countries. Hofstede Insights. URL: <https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/>. (retrieved: 02.04.2022). [in English].
7. Kwok L, Bhagat S., Buchan N. (2005). Culture and international business: recent advances and their implications for future research. *Journal of International Business Studies*. № 36. Pp. 357-378. [in English].
8. Hall Jr, Edward T. (1989). Deaf culture, tacit culture & ethnic relations. *Sign Language Studies*. 65.1 (1989). Pp. 291-304.

9. Polack-Wahl J. A. (2000). It is time to stand up and communicate. Proc. 30 th ASEE/IEEE Frontiers in Education. Kansas City, USA, F1G-16-F1G-21, 2000. URL: [http://www.tgpct.com/E-journal/The%20Confluence%20Journal-volume %20III.pdf](http://www.tgpct.com/E-journal/The%20Confluence%20Journal-volume%20III.pdf) (retrieved: 02.04.2022). [in English].

10. Kish N.V. (2014). Bariery efektyvnoi mizhkulturnoi komunikatsii hlobalnoho inzhenera [Barriers to effective intercultural communication of a global engineer]. Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya Pedagogika, sotsialna robota. Vypusk 34. S. 86-89. [in Ukrainian].

11. Jensen I. (2003). The Practice of Intercultural Communication, reflections for professionals in cultural meetings. Journal of Intercultural Communication. Issue 6. Pp. 3-13. [in English].

Стаття надійшла до редакції 22.04.2022 р.

УДК 332.145

Шворак Анатолій,
доктор економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра аналітичної економіки та природокористування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0003-2077-5308,
e-mail: ams95@ukr.net

Кулинич Мирослава,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра обліку і оподаткування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0001-9024-2924,
e-mail: kulmiros@gmail.com

Філюк Дмитро,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
аспірант кафедри міжнародних економічних
відносин та управління проектами,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-2678-3424,
e-mail: 0666763009@ukr.net

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-20-31>

СТАЛИЙ ІНКЛЮЗИВНИЙ РОЗВИТОК ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ВУГІЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Анотація. У статті висвітлено проблеми та здійснена оцінка тенденцій сучасного етапу сталого інклюзивного розвитку територіальних громад Волинської області в умовах трансформації вугільної галузі. Встановлено, що дія нових соціально-економічних та геополітичних факторів спричинила появу цілої низки проблем розвитку галузі, серед яких необхідно зазначити: скорочення вугільно – промислового комплексу, недостатній розвиток інфраструктури сільської місцевості, поліпшення соціального добробуту, збільшення надходжень до бюджетів громад. Запропоновано одним із стратегічних напрямів досягнення цілей сталого розвитку території використати впровадження довгострокової комплексної стратегії розвитку Волинської області яка міститиме організаційно-економічні та фінансові засади забезпечення добробуту територіальних громад, вдосконалення бюджетних механізмів, стимулювання жителів територіальної громади до власного забезпечення добробуту та інтенсифікацію місцевого економічного розвитку шляхом активізації економічного потенціалу.

Ключові слова: вугільна галузь, шахти, територіальні громади, трансформація вугільних регіонів, податкоспроможність, сільські території.

Shvorak Anatoliy,
Doctor of Economics, Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Analytical Economics and Nature Management,
Lutsk

Myroslava Kulynych,
Candidate of Economic Sciences, Docent,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Accounting and Taxer Department,
Lutsk

Filiuk Dmytro,
PhD student,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department international economic
relations and project management

SUSTAINABLE INCLUSIVE DEVELOPMENT OF TERRITORIAL COMMUNITIES OF VOLYN REGION IN THE CONDITIONS OF TRANSFORMATION COAL INDUSTRY

Annotation: Peculiarities of formation and implementation of economic policy in the field of coal industry of territorial communities of Volyn region are considered, in particular in the part of strategic plans - programs of social and economic development, which are focused on intensification of business activity.

The main factor in the development of economic potential of territorial communities of Volyn region is natural resource potential and its economic effect in terms of increasing production and increasing profits of various organizational and legal forms of ownership of the social effect in terms of creating new jobs, providing employment, leads to poverty population.

The analysis of the coal - industrial complex in the Volyn region and the dependence between the indicators of socio - economic development of territorial communities is carried out. Budgetary mechanisms for ensuring the State Target Program for Fair Transformation of Coal Regions are considered. Consider the prospects of including certain communities in the list of territories defined in paragraph 68 of subsection 10 of section XX "Transitional Provisions" of the Tax Code of Ukraine on the exemption of newly formed entities from the processing industry from paying certain taxes.

The analysis shows that effective development requires the implementation of strategic management as a prerequisite for improving the efficiency of the coal industry and ensuring the economic growth of various structures in market conditions. Achievements, problems and tasks for further effective development of the coal industry in Volyn region are revealed. It is proposed to use one of the strategic directions of achieving the goals of sustainable development to implement a long-term comprehensive development strategy that will contain organizational, economic and financial principles of ensuring the welfare of local communities, improving budgetary mechanisms; stimulating the inhabitants of the territorial community to ensure their own well-being and intensification of local economic development by activating the economic potential.

Key words: coal industry, mines, territorial communities, transformation of coal regions, tax capacity, rural areas.

Постановка проблеми та її значення. Стійкий або сталий розвиток є загальною концепцією, що передбачає необхідність встановлення балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їх потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Однією з найважливіших цілей сталого розвитку є забезпечення всезагального доступу до надійного і сталого енергопостачання та сучасних екологічних джерел енергії [4]. Таким чином, для досягнення сталості в енергетичній сфері необхідним є забезпечення інноваційного розвитку вугільних регіонів та активне впровадження інновацій.

Вугільна галузь в Україні є невід'ємною та важливою складовою паливно – енергетичного комплексу країни, а також вагомим чинником функціонування і розвитку всієї економіки, оскільки вугілля – єдина енергетична сировина, запасів якої потенційно достатньо для повного забезпечення власних потреб нашої держави.

Водночас вугільна галузь належить до найбільш проблемних сфер економіки країни. Державні підприємства вугільної галузі переважно є збитковими і невпинно скорочують обсяги видобутку вугілля, який на сьогодні становить близько 13 відсотків загального обсягу видобутку вугілля.

Разом з тим, забезпечення соціально – економічної безпеки депресивного регіону як складової системи національної безпеки стає надзвичайно важливою в умовах нерівномірного економічного, соціального, екологічного розвитку, відсутністю природних ресурсів та незадовільними кліматичними умовами, інвестиційно-інноваційним кліматом, якістю людського потенціалу, високим рівнем безробіття, низьким рівнем конкурентоспроможності та забезпечення фінансовими ресурсами.

Нерівномірність регіонального розвитку і рівня життя населення створює передумови для соціальної напруги в регіоні, стримує динаміку соціально – економічних показників, уповільнює ринкові перетворення та знижує їх ефективність. З метою визначення ознак депресивного стану та типів депресивних регіонів, що впливають на забезпечення соціально-економічної безпеки доцільно

Україна належить до дванадцяти країн світу з найбільшими обсягами видобутку вугілля. Від стабільної роботи вугільної галузі залежить робота суміжних галузей, зокрема електроенергетики та металургії, а також забезпечення паливом та енергією комунально – побутового сектору країни. Окрім цього, у вугільній промисловості зайнята значна частина населення, матеріальне й соціальне благополуччя якого безпосередньо пов'язано з її функціонуванням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Закордонні та вітчизняні вчені у своїх наукових працях досить багато уваги приділили теоретичним аспектам та методологічним основам процесу територіальної трансформації, зокрема С. Джонс і К. Ті, Д. Мерфі, Т. Меррілл і Л. Кітсон, Т. Заславська, Л. Євстигнеєва, О. Макашева та ін. Водночас широке коло досліджень полягає в аналізі світового досвіду подолання соціально-економічних наслідків, викликаних реструктуризацією вугільної промисловості. Необхідно ж з'ясувати можливості використання цього досвіду в умовах трансформації вугільної галузі України.

Мета і завдання статті. Дане дослідження дозволяє визначити основні завдання інклюзивного розвитку як сучасної платформи формування моделі сталого зростання вугільно – промислового комплексу у Волинській області та проаналізувати залежності між показниками соціально – економічного розвитку територіальних громад. Встановити пріоритети зміни бізнес – моделі вугільно – промислового комплексу у забезпеченні інклюзивного зростання територій. Обґрунтувати першочергові заходи бюджетної політики в контексті забезпечення сталого інклюзивного розвитку таких територій.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Соціальні наслідки реструктуризації вугільної галузі значно відрізняються від соціальних наслідків, викликаних реформуванням інших галузей економіки. Це пов'язано з тим, що вугільна промисловість на відміну від інших галузей економіки має регіональний характер діяльності. [6]

На відміну від інших підприємств, розташування вугільних шахт чітко регламентовано, тобто шахти розташовані в межах вугільного басейну і мають велику концентрацію виробництва в окремих районах. У зв'язку з цим соціальний благоустрій, рівень життя населення міст та регіонів, у яких сконцентровані підприємства вугільної галузі, залежать від того, на скільки рентабельною буде така діяльність. Але з цієї закономірності існує виключення: у випадку, коли збиткові вугільні шахти дотуються державою.

Ці кроки державна влада здійснює для зменшення соціальної напруженості в регіонах, де функціонують збиткові шахти. Державні дотації в таких випадках є вимушеним заходом, кошти, які держава виділяє для покриття різниці між собівартістю вугілля та виручкою від реалізації, могли бути використані для технічного переоснащення шахти або поліпшення умов праці.

Не менш важливим чинником є припинення електрогенерації на основі вугілля з метою декарбонізації своїх електроенергетичних систем. На сьогодні 20 із 27 країн — членів ЄС оголосили про відмову від використання вугілля як джерела електроенергії або вже не використовують його. Окрім того, країни, які раніше були вуглезалежними, зокрема Канада, Чилі та Сполучене Королівство, вжили конкретних заходів із закриття своїх вугільних підприємств. [8]

Такі кроки обумовлені не лише проблемою зміни клімату. Поступова відмова від використання вугілля дає змогу зменшити забруднення повітря NO₂, SO₂ та твердими частками, що негативно впливають на здоров'я людей. Окрім того, економічні витрати, пов'язані з поточним видобутком вугілля, у багатьох випадках виявилися вищими порівняно з витратами на будівництво нових потужностей виробництва електроенергії з відновлюваних джерел. Загалом рішення про поступову відмову від використання вугілля в електроенергетиці є частиною трансформації всієї енергетичної системи, яка зараз триває в у низці країн.

На сьогодні Україна приймає активну участь у міжнародному співробітництві щодо послаблення негативного впливу на довкілля, зокрема й від функціонування вугільної галузі. Відповідні зобов'язання передбачені Угодою про асоціацію між Україною та ЄС, Європейським

співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, ратифікованою Законом України від 16 вересня 2014 року № 1678-VII; Паризькою угодою, ратифікованою Законом України від 14 липня 2016 року № 1469-VIII, та іншими міжнародними договірними документами [3]. Разом з тим, Україна є учасником ініціативи Європейської комісії «Європейський зелений курс» (Green Deal) [6].

Незважаючи на природні запаси вугілля, вуглевидобувна промисловість України перебуває у напруженому стані. До основних проблем галузі належать: велике навантаження на державний бюджет через субсидії; значна залежність зайнятості населення вугільних регіонів від роботи шахт; висока собівартість вугілля, що перевищує ціну імпортного, світова відмова від викопного палива тощо. У зв'язку з цим, розроблено Концепцію трансформації вугільних регіонів України [6]: на виконання протокольного рішення за результатами Всеукраїнського зібрання працівників вугільної промисловості України від 25 лютого 2020 р. за участю Президента України; на виконання пункту 8.1 Програми діяльності КМУ, затвердженої постановою КМУ від 12 червня 2020 р. № 471; на виконання пункту 279 плану пріоритетних дій Уряду на 2020 рік, затвердженого розпорядженням КМУ від 09 вересня 2020 р. № 1133-р; на виконання протокольного рішення за результатами засідання Координаційного центру з питань трансформації вугільних регіонів України від 08 жовтня 2020 р.; з урахуванням завдань, передбачених Стратегічною ціллю І. «Формування згуртованої держави в соціальному, гуманітарному, економічному, екологічному, безпековому та просторовому вимірах» Державної стратегії регіонального розвитку на 2021–2027 роки, затвердженої постановою КМУ 05 серпня 2020 р. № 695; у зв'язку з початком комплексного реформування вугільної галузі з урахуванням світових трендів щодо декарбонізації; з урахуванням потреб жінок та чоловіків під час формування та реалізації державної політики у сфері трансформації вугільних регіонів.

Таблиця 1

Соціальні та економічні наслідки реструктуризації вугільної промисловості

Методи реструктуризації	Наслідки	
	Соціальні	Економічні
Закриття шахт	Безробіття. Міграція населення в інші регіони. Загроза існуванню міст, у яких вугільні шахти є бюджетоутворюючими підприємствами	Зменшення витрат на фінансування галузі. Зменшення кількості видобутого вугілля в цілому по галузі. Збільшення витрат на соціальний захист колишнім шахтарям. Витрати на закриття шахт.
Приватизація шахт	Залежно від дій приватного підприємця може змінюватися кількість робітників на підприємстві	Держава не може використовувати на власний розсуд видобуте вугілля. Зменшення витрат на фінансування галузі.
Концентрація виробництва на більш перспективних шахтах	Можливе збільшення кількості населення в окремих регіонах	Збільшення видобутку в окремих регіонах. Зменшення собівартості видобутку
Консервація шахти	Часткове безробіття Зменшення кількості видобутого вугілля в цілому в галузі.	Часткове зменшення витрат на утримання підприємства

Джерело: Розроблено авторами

Виходячи з цих усіх обставин виникає потреба в реструктуризації вугільної галузі, яка в першу чергу спрямована на створення прибуткової, рентабельної галузі в умовах країни. Але не у всіх країнах світу мета реструктуризації полягає у створенні прибуткової державної вугільної промисловості. Одні країни обрали шлях поступового згортання вугільної галузі, зважаючи за доцільне закуповувати вугілля в інших країнах, інші роздержавлення, тобто приватизацію вугільної галузі. У більшості країн світу реструктуризації вугільної галузі передують комплексний аналіз соціальних та економічних наслідків, які можуть виникнути при втіленні у життя програми реформ. Також розробляються шляхи їх подолання у довго або короткостроковій перспективі.

За даними звіту дослідження «Економічні наслідки поступової відмови від використання вугілля в Україні до 2030 року» – поступова відмова від використання вугілля не лише технічно здійсненна, а й створює економічні можливості та нові робочі місця, одночасно зменшуючи потребу в субсидіях на підтримку вугільної галузі. Разом з тим, результати цього дослідження вказують, що внаслідок поступової відмови від використання вугілля скорочення працівників буде становити близько 55 000 робочих місць у гірничодобувній та електроенергетичній галузях. [9]

Оскільки пріоритетним завданням економічної безпеки України – є досягнення енергетичної незалежності. З огляду на історичні традиції і наявну в Україні структуру розробки родовищ енергоносіїв одним зі шляхів вирішення цього стратегічного завдання є нова модель розвитку вуглевидобувної галузі. [14]

За даними Національного інституту стратегічних досліджень при Президентіві України, загальні ресурси вугілля в Україні із заляганням до глибини 1500 м за різними оцінками становлять від 100 до 117,5 млрд т, близько половини з яких є підтвердженими (45–56 млрд т). В основному це кам'яне вугілля та антрацити різних видів – 92–94 % (з якого близько 2/3 – енергетичне, а близько 1/3 – коксівне), буре вугілля – 6–8 %. [3]



Рис. 1. Соціальна складова процесу закриття шахт

Джерело: Розроблено авторами [4,6]

Запаси кам'яного вугілля сконцентровані на території шести областей: Луганської (34,74% загального обсягу балансових запасів), Донецької (32,32%), Дніпропетровської (25,41%), Харківської (4,82%), Львівської (2,54%), Волинської (0,16%) [3]

Проте події останніх років суттєво ускладнили як розробку перспективних планів розвитку, так і поточну ситуацію у вуглевидобуванні. Справа у тім, що лівова частка згаданих ресурсів вугілля, а саме 92,4 % знаходиться в Донецькому вугільному басейні.

На території Львівсько – Волинського басейну зосереджено значно менші обсяги запасів вугілля – 1 112,53 млн т або 2,7% загального обсягу балансових запасів. Станом на 01.01.2021 у Львівсько – Волинському басейні розроблялися і були підготовлені до освоєння 803,0 млн т балансових запасів вугілля.

Стале функціонування підприємств вугільно – промислового комплексу у Волинській області вкрай важливе для окремих територіальних громад, до бюджетів яких тільки податку на доходи фізичних осіб надходить близько 16 млн гривень.

На базі Нововолинського родовища Львівсько – Волинського кам'яновугільного басейну функціонують підприємства у наступних громадах:

– Нововолинській міській територіальній громаді: Державне підприємство (далі – ДП) «Волиньвугілля», ДП «Нововолинський ремонтно-механічний завод», ДП «Шахта № 5 «Нововолинська» та ДП «Шахта № 1 «Нововолинська»;

– Литовезькій сільській територіальній громаді ДП «Шахта № 9 «Нововолинська»;

– Поромівській сільській територіальній громаді ДП «Передпускова дирекція шахти № 10 «Нововолинська» та ДП по видобутку бурого вугілля «Бурвугілля».

В діяльності підприємств відбуваються негативні тенденції, так у 2021 році сплата податку на доходи фізичних осіб до місцевих бюджетів від підприємств зменшилась на 17,1 відсотків, або на 3,3 млн гривень. Також слід зазначити про наявність податкового боргу, що становить – 46,6 млн гривень.

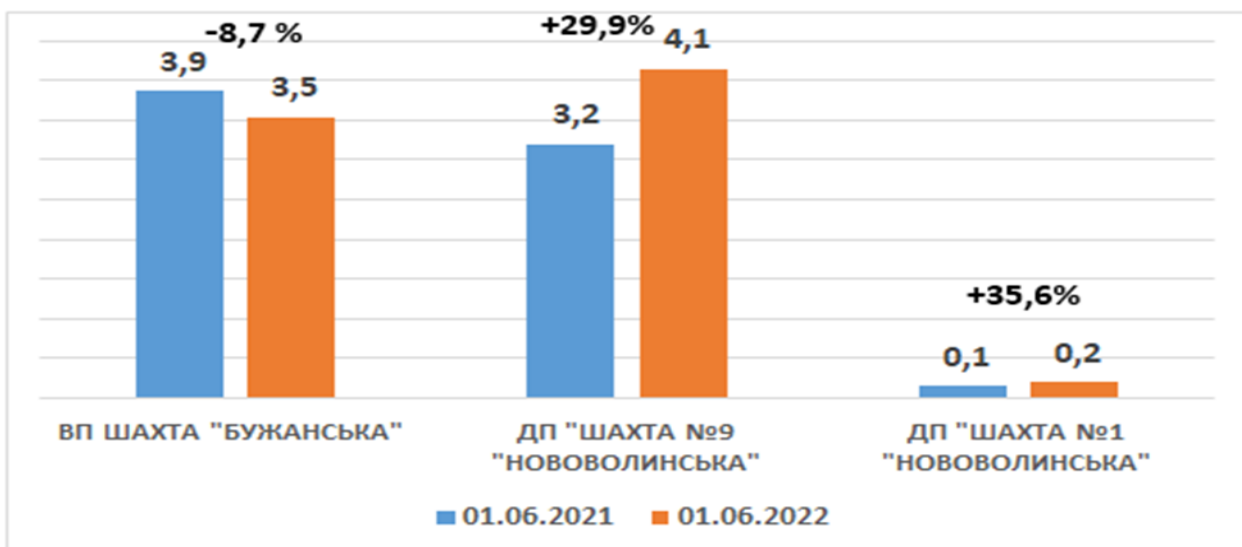
Згідно аналізу сплати податків з заробітної плати, можна стверджувати, що лише ДП «Шахта № 9 «Нововолинська» збільшила у січні – травні цього року обсяги видобування.

Проте дане державне підприємство «Шахта №9 «Нововолинська», згідно з планом Міністерства енергетики України повністю припинить свою діяльність з січня 2023 року. Роботи з припинення діяльності шахти здійснюються відповідно до графіку її закриття.

Шахта є одним із основних платників податку на доходи фізичних осіб до місцевого бюджету Литовезької територіальної громади, питома вага яких становить понад 50 відсотків від загальних надходжень власних доходів.

Діаграма 1

Аналіз сплати податку на доходи фізичних осіб підприємств вугільно – промислового комплексу до місцевих бюджетів станом на 01.06.2022 та в порівнянні з минулим роком



Джерело: [16]

Також показники діяльності ДП «Волиньвугілля» щороку лише погіршуються. Зокрема, порівняно з 2016 роком фактичний видобуток вугілля у 2018 році зменшився майже вдвічі (з 185,5 тис. т до 98,8 тис. т), обсяг товарної вугільної продукції – на третину (з 111,5 тис. т до 70,8 тис. т), середньооблікова чисельність працівників скоротилась майже на чверть (з 1900 до 1518 працівників). Через брак обігових коштів зношеність шахтного обладнання підприємства сягає майже 80 відсотків. [2]

Разом з тим, шахти «Бужанська» та № 9 «Нововолинська», що видобувають енергетичне вугілля, мають виробничу потужність – 380 тис. т вугілля в рік. Промислові запаси вугілля становлять 5,8 млн т, що має забезпечити роботою підприємство на 15 років.

Видобуток рядового вугілля на шахтах Волинської області у 2021 році становить 24 4 тис. тонн при плані на рік 108,1 тис. тонн, фактичне виконання плану становить 22,6 відсотка, недоотримано – 83,6 тис. тонн. До прикладу виконання плану по видобутку у Львівській області становить – 95,7 відсотка. [2]

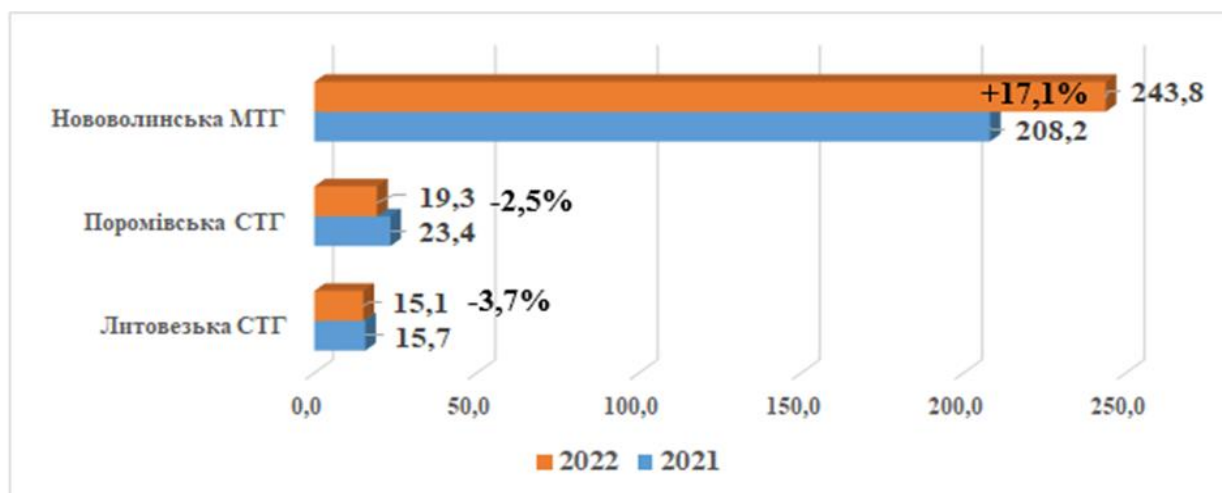
Оскільки кожна територіальна громада виступає як самостійний гравець на ринку, і таких громад багато, то конкуренція між ними неодмінно загострюється. Очевидно, що економічний добробут громади неможливий без розвитку місцевої економіки. Тому місцеві громади вдаються до використання факторів місцевих конкурентних переваг. З допомогою інтелектуальних, людських, інституційних, інфраструктурних, енергетичних, фізичних та природних ресурсів місцевості вони стараються будувати власну зростаючу і «самоокупну» економічну систему. Це спільна робота місцевих людей заради досягнення сталого економічного зростання, яке принесе економічні вигоди та покращення якості життя для всіх членів громади.

Негативна динаміка за власними доходами бюджетів Литовезької та Поромівської територіальних громад обумовлена недоотриманням запланованих надходжень до бюджетів цих територіальних громад спричиненого в основному недобором податку на доходи фізичних осіб у зв'язку із частковим падінням економічної активності, розривами ланцюгів постачання та виробництва, невизначеністю та збільшенням ризиків для платників податків. Водночас у Нововолинській громаді забезпечено позитивну динаміку надходжень.

Найбільш відчутні наслідки зменшення активності роботи шахти у Литовезькій громаді позначаються саме на виконанні її дохідної частини. Так за даними аналізу надходження кожного року зменшуються на 7,4 відсоткові пункти у 2018 році, на 4 в. п. у 2019, на 17,3 в. п. у 2021. Виключення складає 2020 рік де є приріст на 3,1 відсотка.

Діаграма 2

Динаміка надходжень до загального фонду місцевого бюджету територіальних громад за перший квартал 2022 року в порівнянні з відповідним періодом минулого року



Джерело: [16]

За умови ліквідації ДП «Шахта №9 «Нововолинська», з січня 2023 року громада втратить половину всіх надходжень коштів, як видно з аналізу надходжень за 2017 – 2021 роки, альтернативних джерел наповнення місцевого бюджету немає.

Таблиця 2

Аналіз надходжень до загального фонду бюджету Литовезької територіальної громади за 2017 – 2021 роки

Найменування коду доходів бюджету	Надходження до загального фонду, тис. гривень					Динаміка надходжень, відсотків			
	2017	2018	2019	2020	2021	2018/2017	2019/2018	2020/2019	2021/2020
Податки на доходи, податки на прибуток, податки на збільшення ринкової вартості	8482,2	9758,2	10071,2	11700,7	10564,2	115,0	103,2	116,2	90,3
Рентна плата та плата за використання інших природних ресурсів	1,3	29,6	27,4	73,6	45,3	2234,4	92,6	268,7	61,5
Внутрішні податки на товари та послуги	86,7	95,5	116,6	112,0	111,6	110,1	122,1	96,0	99,7
Місцеві податки та збори, що сплачуються (перераховуються) згідно з Податковим кодексом України	2001,0	2 405,0	3441,4	3562,0	3938,4	120,2	143,1	103,5	110,6
Доходи від власності та підприємницької діяльності	10,5	132,9	27,6	16,3	43,3	1264,3	20,8	59,0	265,6
Адміністративні збори та платежі, доходи від некомерційної господарської діяльності	30,8	89,8	118,5	173,1	410,9	291,7	131,9	146,1	237,3
Інші неподаткові надходження	0,1	0,0	19,3	66,1	13,2	0,0	0,0	342,6	19,9
Всього:	10612,7	12511,0	13822,0	15703,8	15126,9	117,9	110,5	113,6	96,3

Джерело: [16]

Єдиним інструментом держави для забезпечення територіальної громади необхідним ресурсом для надання своїм мешканцям публічних послуг є механізм горизонтального вирівнювання. Проте, вичерпний перелік випадків, за наявності яких можуть переглядатися індекси податкоспроможності місцевих бюджетів наведено у Бюджетному кодексі України, серед яких відсутня можливість коригування індексу податкоспроможності у зв'язку з ліквідацією платника.

Оскільки відповідна територіальна громада відноситься до промислового району де перебувають у стадії закриття вугледобувні та вуглепереробні підприємства, а частка зайнятих у промисловості перевищує частку зайнятих у сільському господарстві та близькість до кордону. Є ризики, депресивного стану громади, де з економічних, політичних, соціальних або екологічних причин перестають діяти умови й стимули розвитку.

Негативна ситуація яка виникла на території окремих громад, варто дослідити їх рівень спроможності та потенціал забезпечувати делеговані державою повноваження.

У зв'язку з відсутністю затвердженої методики оцінки спроможності діючих територіальних громад відповідна оцінка проведена згідно методики формування спроможних територіальних громад, що затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 8 квітня 2015 року № 214 «Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад».

Рівень спроможності територіальних громад у 2022 році

Найменування критерію	Нововолинська		Литовезька		Поромівська	
	Показник	Числове значення критерію	Показник	Числове значення критерію	Показник	Числове значення критерію
Чисельність населення, що постійно проживає на території спроможної територіальної громади	58,2	1,0	4,1	0,6	5,7	0,6
Чисельність учнів, що здобувають освіту в закладах загальної середньої освіти, розташованих на території спроможної територіальної громади	6 078,0	1,0	345,0	0,6	678,0	1,0
Площа території спроможної територіальної громади	75,3	0,3	122,2	0,3	110,1	0,3
Індекс податкоспроможності бюджету спроможної територіальної громади	0,6	0,6	0,8	0,6	1,0	1,0
Частка місцевих податків та зборів у доходах бюджету спроможної територіальної громади	27,8	0,6	26,0	0,6	18,8	0,3
Сума числових значень критеріїв оцінки	x	3,5	x	2,7	x	3,2

Джерело: Розроблено авторами [16,17]

Згідно цієї методики сума числових значень критеріїв оцінки спроможності є найбільшою у Нововолинській територіальній громаді, яка є і найчисельнішою. Проте площа території громади є недостатньою [15].

Саме просторовий ресурс, який має громада, є вагомим стимулом її розвитку, оскільки площа враховується у розрахунку окремих субвенцій, а між обсягом субвенції та площею існує пряма кореляція. Окрім того, збільшення площі території забезпечить зростання обсягів земельного податку, який у структурі доходів територіальних громад коливається в межах 10 – 15 відсотків.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Львівсько – Волинський кам'яновугільний басейн, що є частиною великого Люблінського басейну, – основна паливно – енергетична база Західного регіону України. З низки причин вугільні підприємства Західного регіону України мають низьку конкурентоспроможність на вітчизняному й світовому ринках. Водночас, протягом уже багатьох років дієвих заходів із забезпечення конкурентоспроможності вугільної промисловості Західного регіону України реально не вживалося. Це ставить під загрозу соціальне благополуччя місцевого населення. Адже у вугільній галузі зайняті тисячі працівників.

Таким чином, заходи щодо виходу вугільної промисловості регіону з глибокої кризи, насамперед через підвищення її конкурентоспроможності, є життєво необхідними.

Враховуючи світовий тренд декарбонізації економіки для виконання цілей Сталого розвитку та амбітних цілей Паризької кліматичної угоди, Україні потрібні дієві кроки для забезпечення економічної, екологічної та соціальної безпеки трансформованих вугільних регіонів. Наразі деякі збиткові шахти України просто ліквідуються без виконання належної державної підтримки (наприклад, забезпечення новими робочими місцями) як самих вивільнених шахтарів, так і мешканців тих територій, котрі залежать від вугільної промисловості, а також, без врахування подальших економічних та екологічних наслідків занедбаних регіонів. При цьому український уряд виплачує величезні дотації на реструктуризацію вугільної галузі, однак кошти спрямовуються на погашення заборгованості по заробітній платі працівникам і борги з кожним роком збільшуються.

Тому вкрай важливо розробляти якісні проектні пропозиції з трансформації вугільних регіонів, перенавчати, перекваліфікувати молодих спеціалістів гірничодобувних підприємств для уникнення негативних соціальних та екологічних наслідків. Необхідними є реалізація проектів для сприятливого інвестиційного розвитку вугільних територій, враховуючи найкращі Світові практики, наприклад розробка моделей індустріальних та екоіндустріальних парків, переформатування гірничих підприємств на інші види економічної діяльності тощо.

Основними викликами є пошук та реалізація ефективних рішень справедливої або зеленої трансформації вугільних регіонів, використання їхнього потенціалу для створення привабливого для життя середовища, що підвищить екологічну та соціально-економічну безпеку таких територій після закриття об'єктів вугільної промисловості. Використання нових енергетичних технологій дозволить зменшити негативні наслідки ліквідації безперспективних вугільних шахт та інших підприємств, збільшити зайнятість населення місцевих громад, забезпечити позитивний вплив на промислову й екологічну безпеку, фінансування та соціально-економічний розвиток територій.

Джерела і література

1. Наказ Міністерства енергетики від 12.05.2021 № 90 «Про затвердження Переліків державних підприємств, установ та організацій, що належать до сфери управління Міністерства енергетики, господарських товариств, щодо яких Міністерство енергетики здійснює функції з управління корпоративними правами держави, та господарських структур, контроль за діяльністю яких здійснює Міністерство енергетики» Режим доступу: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244916218
2. Звіт Рахункової палати від 12.11.2019 № 32-2 про результати аудиту ефективності використання коштів державного бюджету, передбачених Міністерству енергетики та вугільної промисловості України на державну підтримку вугледобувних підприємств на часткове покриття витрат із собівартості готової товарної вугільної продукції. Режим доступу: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Collegium/2019/32-2_2019/Zvit_32-2_2019.pdf
3. Портал даних видобувної галузі України Режим доступу: <https://eiti.gov.ua/resursi-rozvidka-ta-vidobuvannya/kamyane-vugillya/>
4. Цілі сталого розвитку - Global Compact Network Ukraine. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/tsili-stijkogo-rozvytku/>
5. Проект КМУ «Про схвалення Другого національно визначеного внеску України до Паризької угоди». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mepr.gov.ua/>
6. Дорожня карта кліматичних цілей України до 2030 року. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/wp-content/uploads/2020/02/dk-clim-ciley-full2.pdf>
7. Проект Аналітичного огляду Другого національно визначеного внеску України до Паризької угоди, квітень 2021. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mepr.gov.ua>.
8. Рамкові програми з досліджень та інновацій (горизонт 2020 та горизонт Європа) та ініціативи Європейської комісії (Європейський зелений курс). [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/evropejskoyi-ramkovi-programi-z-doslidzen-ta-innovacij-gorizont-2020-tagorizont-uevropa-ta-initsiativi-uevropejskoyi-komisiyi-ramkovej-zelenij-kurs>.
9. Проект розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Концепції трансформації вугільних регіонів України на період до 2030 року”. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://www.minregion.gov.ua>.
10. Відкритий лист Платформи сталого розвитку вугільних міст Донецької області щодо процесу трансформації шахтарських регіонів. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/760258.html>.
11. Досвід трансформації шахтарських регіонів: Рекомендації для України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://ecoaction.org.ua/aftercoal-ua.html>
12. Харитонова Т.Є., Григор'єва Х. А. Енергетичний складник українського Green Deal: аналіз правових передумов. Юридичний науковий електронний журнал. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2021/37.pdf.
13. Нова енергетична стратегія України до 2035 року: «безпека, енергоефективність, конкурентоспроможність». [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245213112>.
14. Структурна трансформація економіки міст Західного регіону України: передумови, чинники та особливості: наукова доповідь / НАН України. ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М. І. Долишнього НАН України»; наук. редактор М.І. Мельник. – Львів, 2020. – 163 с. (Серія «Проблеми регіонального розвитку»)

15. Про Стратегію розвитку Волинської області на період до 2027 року: Рішення сесії Волинської обласної ради від 12 березня 2020 р. № 29/16 2020. [online] Доступно: <http://volynrada.gov.ua/session/29/16-0>

16. Бюлетні щодо стану виконання місцевих бюджетів Департамент фінансів Волинської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.finance.voladm.gov.ua/category/c-42-51/>

17. Постанова Кабінету Міністрів України від 8 квітня 2015 року № 214 «Про затвердження Методики формування спроможних територіальних громад» [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF#Text>

References

1. Nakaz Ministerstva enerhetyky vid 12.05.2021 № 90 «Pro zatverdzhennia Perelikiv derzhavnykh pidprijemstv, ustanov ta orhanizatsii, shcho nalezhat do sfery upravlinnia Ministerstva enerhetyky, hospodarskykh tovarystv, shchodo yakykh Ministerstvo enerhetyky zdiisniue funktzii z upravlinnia korporatyvnymy pravamy derzhavy, ta hospodarskykh struktur, kontrol za diialnistiu yakykh zdiisniue Ministerstvo enerhetyky». [Instruction of the Ministry of Energy from 12.05.2021 No. 90 «On approval of the Lists of state enterprises, institutions and organizations belonging to the sphere of management of the Ministry of Energy, economic societies, in respect of which the Ministry of Energy performs functions on the management of corporate rights of the state, and economic structures, the control over the activities of which is carried out by the Ministry of Energy»]. Retrieved from: http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/control/uk/publish/officialcategory?cat_id=244916218. [in Ukrainian].

2. Zvit Rakhunkovoi palaty vid 12.11.2019 № 32-2 pro rezultaty audytu efektyvnosti vykorystannia koshtiv derzhavnogo biudzhetu, peredbachenykh Ministerstvu enerhetyky ta vuhilnoi promyslovosti Ukrainy na derzhavnu pidtrymku vuhledobuvnykh pidprijemstv na chastkove pokryttia vytrat iz sobivartosti hotovoi tovarnoi vuhilnoi produktsii. [Report of the Accounts Chamber from 12.11.2019 No. 32-2 on the results of the audit of the efficiency of the use of state budget funds provided by the Ministry of Energy and Coal Industry of Ukraine for state support of coal mining enterprises for partial coverage of costs from the cost of finished commercial coal products]. Retrieved from: https://rp.gov.ua/upload-files/Activity/Collegium/2019/32-2_2019/Zvit_32-2_2019.pdf. [in Ukrainian].

3. Portal danykh vydobuvnoi haluzi Ukrainy [Ukrainian Mining Data Portal] Retrieved from: <https://eiti.gov.ua/resursi-rozvidka-ta-vidobuvannya/kamyane-vugillya>. [in Ukrainian].

4. Tsili staloho rozvytku - Global Compact Network Ukraine. [Sustainable development goals - Global Compact Network Ukraine]. Retrieved from: <https://globalcompact.org.ua/pro-nas/tsili-stijkogo-rozvytku>. [in Ukrainian].

5. Proiekt KМУ «Pro skhvalennia Druhoho natsionalno vyznachenoho vnesku Ukrainy do Paryzkoï uhody». [CMU Project «On Approval of the Second Nationally Determined Contribution of Ukraine to the Paris Agreement »]. Retrieved from: <https://mepr.gov.ua/>. [in Ukrainian].

6. Dorozhnia karta klimatychnykh tsilei Ukrainy do 2030 roku. [Road map of Ukraine's climate goals by 2030]. Retrieved from: <https://ecoaction.org.ua/wp-content/uploads/2020/02/dk-clim-ciley-full2.pdf>. [in Ukrainian].

7. Proiekt Analitchnoho ohliadu Druhoho natsionalno vyznachenoho vnesku Ukrainy do Paryzkoï uhody, kviten 2021. [Report of the Analytical Review of the Second Nationally Determined Contribution of Ukraine to the Paris Agreement, April 2021]. Retrieved from: <https://mepr.gov.ua>. [in Ukrainian].

8. Ramkovi prohramy z doslidzhen ta innovatsii (horyzont 2020 ta horyzont Yevropa) ta initsiatyvy Yevropeiskoi komisii (Ievropeiskyi zelenyi kurs). [Research and Innovation Frameworks (Horizon 2020 and Horizon Europe) and European Commission Initiatives (European Green Deal).] Retrieved from: <https://mon.gov.ua/ua/nauka/yevrointegraciya/ramkovi-programi-z-doslidzhen-ta-innovacij-gorizont-2020-tagorizont-yevropa-ta-iniciativi-yevropejskoyi-komisiyi-yevropejskij-zelenij-kurs>. [in Ukrainian].

9. Proiekt rozporiadzhennia Kabinetu Ministriv Ukrainy «Pro skhvalennia Kontseptsii transformatsii vuhilnykh rehioniv Ukrainy na period do 2030 roku». [Draft order of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On approval of the Concept of transformation of coal regions of Ukraine for the period up to 2030»]. Retrieved from: <https://www.minregion.gov.ua>. [in Ukrainian].

10. Vidkrytyi lyst Platformy staloho rozvytku vuhilnykh mist Donetskoï oblasti shchodo protsesu transformatsii shakhtarskykh rehioniv. [Open letter of the Platform for Sustainable Development of Coal Cities of Donetsk Region on the process of transformation of mining regions]. Retrieved from: <https://ua.interfax.com.ua/news/press-release/760258.html>. [in Ukrainian].

11. Dosvid transformatsii shakhtarskykh rehioniv: Rekomendatsii dlia Ukrainy. [Development of the transformation of mining regions: Recommendations for Ukraine]. Retrieved from: <https://ecoaction.org.ua/aftercoal-ua.html>. [in Ukrainian].

12. Haritonova T. E., Grigorieva H. A. (2021). Enerhetychnyi skladnyk ukrainskoho Green Deal: analiz pravovykh peredumov. [Energy component of the Ukrainian Green Deal: analysis of legal prerequisites]. *Yurydychnyi naukovyi elektronnyi zhurnal - Legal scientific electronic journal*. URL: http://www.lsej.org.ua/2_2021/37.pdf. [in Ukrainian].

13. Nova enerhetychna stratehiia Ukrainy do 2035 roku: «bezpeka, enerhoefektyvnist, konkurentospromozhnist». [Ukraine's new energy strategy until 2035: «Safety, energy efficiency, competitiveness»] - Retrieved from: <http://mpe.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245213112>. [in Ukrainian].

14. Strukturna transformatsiia ekonomiky mist Zakhidnoho rehionu Ukrainy: peredumovy, chynnyky ta osoblyvosti: naukova dopovid / NAN Ukrainy. DU «Instytut rehionalnykh doslidzhen imeni M. I. Dolishnoho NAN Ukrainy»; nauk. redaktor M.I. Melnyk. [Structural transformation of the economy of cities of the Western region of Ukraine: prerequisites, factors and features: scientific report/NAS of Ukraine. State Institution «Institute of Regional Studies named after M.I. Dolishny NAS of Ukraine»; Science Editor M.I. Melnik]. - Lviv, 2020. - 163 p. (Series "Problems of regional development"). [in Ukrainian].

15. Pro Stratehiu rozvytku Volynskoi oblasti na period do 2027 roku: Rishennia sesii Volynskoi oblasnoi rady vid 12 bereznia 2020 r. № 29/16 2020. [Development Strategy of Volyn region for the period up to 2027: Decision of the session of Volyn Regional Council of March 12, 2020 № 29/16 2020]. Retrieved from: <http://volynrada.gov.ua/session/29/16-0/> [in Ukrainian].

16. Biuletni shchodo stanu vykonannya mistsevykh biudzhetiv Departament finansiv Volynskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. [Bulletin on the state of implementation of local budgets Department of Finance of Volyn Regional State Administration]. Retrieved from: <http://www.finance.voladm.gov.ua/category/c-42-51>. [in Ukrainian].

17. Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 8 kvitnia 2015 roku № 214 «Pro zatverdzhennia Metodyky formuvannya spromozhnykh terytorialnykh hromad»/ [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated April 8, 2015 No. 214 «On Approval of the Methodology for the Formation of Capable Territorial Communities»]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/214-2015-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.05.2022 р.

РОЗДІЛ II
Облік, аналіз, аудит
та оподаткування

УДК 005.942:334.7

Грудзевич Юлія,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра обліку і оподаткування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-2790-5681,
e-mail:grudzevychukr@gmail.com

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-32-38>

**ОСНОВНІ НАПРЯМИ КОНСУЛЬТУВАННЯ У СФЕРІ ВПРОВАДЖЕННЯ,
ВИКОРИСТАННЯ ТА УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВИХ ПРОГРАМНИХ
КОМПЛЕКСІВ**

Анотація. У статті визначено сутність консультування, подано класифікацію видів консалтингу. На думку авторів, консультації поділяються на разові, консультації-інтенсиви, консалтинговий супровід та аудит. Консалтинг у сфері роботи з обліковими програмними комплексами є специфічною нішею консультування. Актуальним напрямом дослідження є визначення основних критеріїв оцінювання облікових програмних комплексів. Автори статті пропонують оцінювати функціональність, локалізацію, розташування системи (On-Premise чи On-Cloud), можливість перенесення інформації із однієї бази у іншу, цінний сегмент, наявність якісної підтримки. Із врахуванням цих критеріїв сформовано матрицю відповідності облікових програмних комплексів, що допоможе консультанту завчасно випробувати програму, підготувати план консультації та визначити одну або кілька програм які відповідатимуть вимогам та враховуватимуть специфіку діяльності.

Ключові слова: Консалтинг, консультант, інформаційні технології в обліку, компетентність консультанта, разова консультація, консультація-інтенсив, консалтинговий супровід, аудит.

Yuliya Grudzevych
PhD in Economics,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of accounting and taxation,
Lutsk

**MAIN AREAS OF CONSULTING IN THE FIELD OF IMPLEMENTATION, USE
AND IMPROVEMENT OF ACCOUNTING SOFTWARE COMPLEXES**

In the Ukrainian market of information systems in audit Russian technologies have been leading for a long time in terms of coverage volume. However, due to the impossibility of using the products of the aggressor country, businesses are looking for alternative solutions, and therefore need qualified consulting processes, assistance in choosing software with the appropriate set of functions, adaptation to additional legislation and specifics of the enterprise. The purpose and objectives of the article is to define the main methodological principles of consulting in the field of implementation and improvement of accounting software packages, to systematize information on alternative technological solutions in

terms of compliance with the selected evaluation criteria. The article defines the essence of counseling, provides a classification of types of consulting, on the basis of duration. According to the authors, consultations are divided into one-time, intensive consultations, consulting support and audit. Consulting in the field of work with accounting software packages is a special consultation. According to the authors, information technology in accounting is a set of software and hardware designed to collect, process, accumulate, transmit, process information attended by an accountant with the possibility of transformation to the needs of other users. The strengths and weaknesses of these categories of professionals from the point of view of service consumers are considered and the best option for cooperation is found. Business inquiries are to abandon Russian software products, finding a similar replacement in terms of functions. Therefore, the authors considered the definition of the main criteria for evaluating accounting software packages to be an important area of research. The authors of the article offer to evaluate the functionality, localization, location (On-Premise or On-Cloud), the ability to transfer information from one database to another, the price segment, the availability of qualitative support. Based on these criteria, the authors created a matrix of compliance of accounting software packages, helping the consultant to test the program beforehand, prepare a consultation plan and one or more programs that meet the requirements and get the specifics of the activity.

Keywords: Consulting, consultant, information technologies in accounting, consultant competence, one-time consultation, intensive consultation, consulting support, audit.

Постановка проблеми та її значення. На українському ринку інформаційних систем в обліку протягом тривалого часу за обсягами охоплення лідирують російські технології. Проте, через неможливість у майбутньому користуватися продуктами країни-агресора, суб'єкти бізнесу шукають альтернативні рішення, і тому потребують кваліфікованого консалтингового супроводу процесів, допомоги у виборі програмного забезпечення з відповідним набором функцій, пристосування до податкового законодавства та специфіки діяльності підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В. Рейкін [2] систематизує основні тенденції розвитку консалтингу в Україні. І. Безпалько [4] на прикладі Німеччини визначає основну роль інституції консультивання у різних сферах бізнесу. Р. Скриньковський, В. Гладун В., М. Крамар [3] підкреслюють значимість ефективної роботи інформаційних систем у організації обліку на підприємстві. Проте можливість участі консультанта у процесі впровадження, використання та удосконалення облікових програмних комплексів тематикою вказаних публікацій не передбачено.

Мета і завдання статті – визначити основні методологічні засади консалтингу у сфері впровадження використання та удосконалення облікових програмних комплексів, систематизувати інформацію по альтернативних технологічних рішеннях з точки зору відповідності обраним критеріям оцінки.

Викладення основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Консультант – експерт у одній чи кількох сферах діяльності, який відповідає на запити клієнта, виявляє проблемні питання, надає поради та необхідний інструментарій щодо усунення проблеми. У ході співпраці з клієнтом консультант підвищує його рівень експертності, поінформованості у роботі на проблемних ділянках. Професія консультанта є все більш затребуваною та високо оцінюваною суспільством. Запорукою ефективного консультивання є професійний досвід та навички комунікації. Роль консалтингу, як спеціального каналу поширення знань та інформації важко переоцінити. У контексті даного наукового дослідження важливо виокремити види консультацій.

1. Разова консультація – послуга на запит клієнта для вирішення тактичного завдання. Такі консультації тривають, як правило, 1-2 години, співпраця після вирішення проблеми завершується.

2. Консультація-інтенсив передбачає поглиблену співпрацю з клієнтом для вирішення проблеми, яка, можливо, існує на декількох рівнях діяльності клієнта, тобто є масовою, та потребує участі консультанта на кілька днів.

3. **Консалтинговий супровід** передбачає довготривалу, від двох місяців, співпрацю, постановку глобальніших цілей. У контексті впровадження, використання та удосконалення інформаційних технологій в обліку, такий вид консультивання доречний при переведенні господарських процесів на

нове програмне забезпечення. Консультантам супровід є цікавим, тому, що це передбачає оплату послуг протягом тривалого періоду.

4. Аудит – передбачає довготривалу перевірку, багато глобальних цілей, виявлення помилок, розробку заходів щодо удосконалення процесів та подальший супровід.

Як бачимо, визначальними ознаками доцільно обрати тривалість співпраці, рівень «заглиблення» у проблему та розмір оплати послуг консультанта. Відповідно можна прослідкувати пряму залежність розміру винагороди від виду консультацій, що надається (рис. 1)

Консалтинг у сфері роботи з обліковими програмними комплексами є специфічною нішею консультування. У розумінні автора, інформаційні технології в обліку це сукупність програмно-технічних засобів, призначених для збору, обробки, накопичення, передавання, оброблення інформації за участі бухгалтера з можливістю трансформації під потреби інших користувачів.

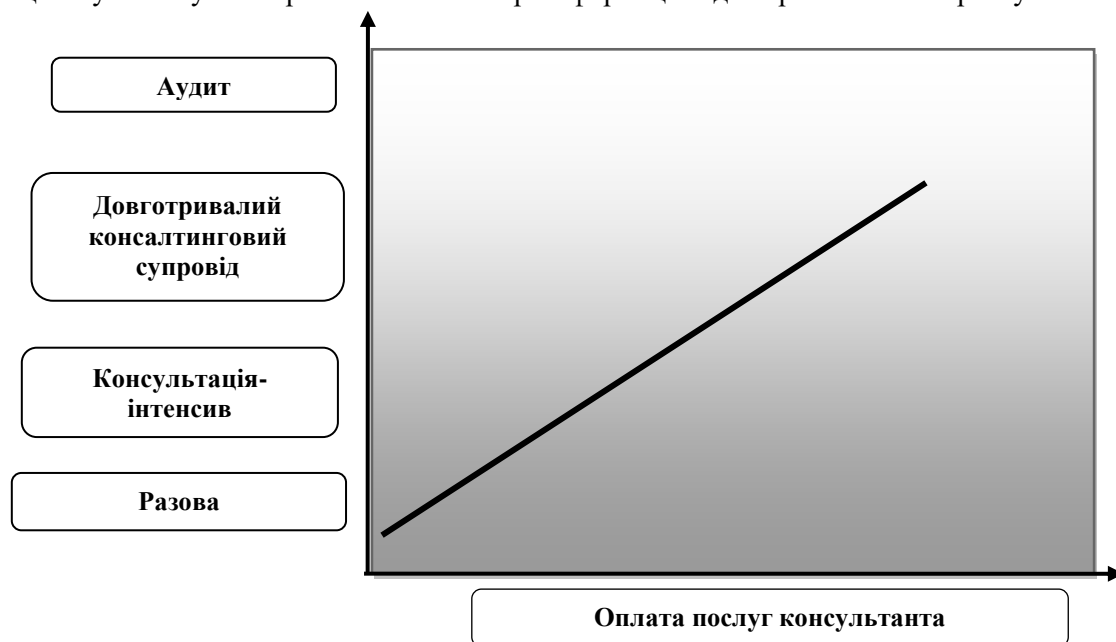


Рис. 1. Види консультацій та їх взаємозв'язок із розміром оплати послуг консультанта

Джерело: розроблено автором.

Консультант із досвідом роботи у бухгалтерському обліку і оподаткуванні у даному випадку конкурує із фахівцями у сфері ІТ. Розглянемо сильні та слабкі сторони вказаних категорій фахівців з точки зору споживача послуги та за допомогою схеми знайдемо оптимальний варіант співпраці (рис. 2).

Фахівець у сфері ІТ володіє великою кількістю інформації та професійних навиків, проте, як показує практика, його комунікація з бухгалтером не достатньо результативна.

Консультант із досвідом бухгалтерської практики легко взаємодіє, швидко виявляє проблему, визначає очікуваний результат. У процесі роботи у даній сфері консультант-обліковець може співпрацювати із ІТ-консультантом для збільшення обсягу наданої клієнту інформації. Така схема має право на реалізацію, проте є значна питома вага суб'єктивності, в основі якої лежить компетентність консультантів. У першу чергу консультант-обліковець при постановці завдань має визначити межу своєї професійної компетентності. і у разі, якщо проблема виходить за її межі, доручити її вирішення фахівцю у сфері ІТ.

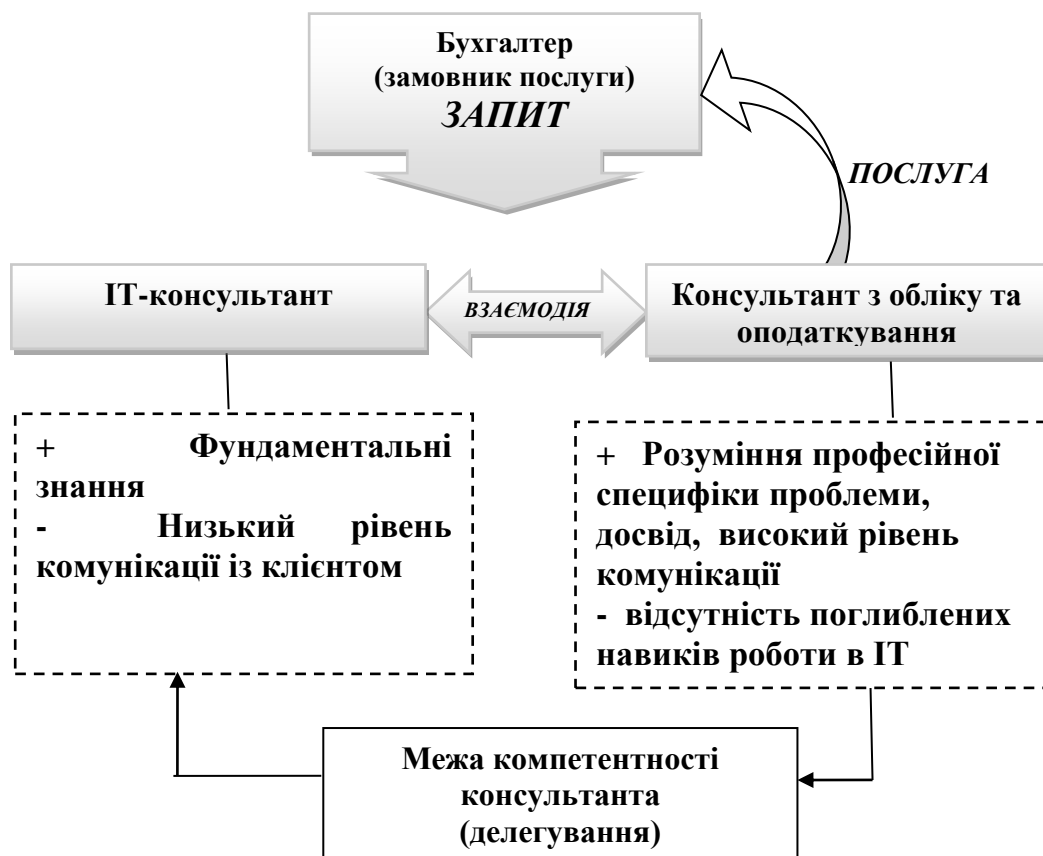


Рис. 2. Схема взаємодії та компетенцій суб'єктів консультування у сфері використання облікових програмних комплексів

Джерело: розроблено автором.

Ми виокремили основні критерії оцінки облікових програмних комплексів з точки зору консультантів та облікових працівників. Такими визначальними ознаками можна користуватися як і при оцінці існуючих інформаційних ресурсів, так і при прийнятті рішень щодо вибору нового програмного забезпечення. Досить часто, невідповідність одному чи кільком критеріям є причиною для прийняття рішення про перехід на нову інформаційну систему.

Під функціональністю інформаційної системи розуміємо набір можливостей та рішень, що забезпечують виконання усіх завдань та швидку адаптацію до нових вимог, зміни виду діяльності чи потреби перегрупування інформації. Важливим критерієм є процесне управління системою, тобто не просто набір функцій, а пов'язані у єдиний інформаційний простір процеси, онлайн-обробка, синхронізація даних. Критерій локалізації узагальнює вимогу до облікових програм українських та іноземних розробників, можливість налаштування роботи під особливості податкового (реєстрація ПДВ за першою подією, податкова звітність) та трудового (норми робочого часу) законодавства. On-Premise розташування означає використання власних ресурсів для розміщення програмного забезпечення. Це класична модель доступу до інформаційної системи. Використовуються, підтримуються на належному функціональному рівні, контролюються власні сервери підприємства. Режим роботи з On-Cloud має багато переваг. Серед них економія коштів на закупівлю, встановлення та роботу обладнання, забезпечення оновлення, живлення, резервне копіювання. Але з цих переваг впливає і головний недолік хмарного програмного забезпечення – відсутність контролю. По суті керівники підприємства делегують на аутсорсинг такі важливі напрямки як доступ до обчислювальних ресурсів та інформаційної безпеки. Окрім того, користувачі повинні бути впевнені у тому, що послуги, які надаються хмарним сервером, не поступляться за якістю власному обладнанню.



Рис.3 Критерії оцінки інформаційних облікових систем з точки зору користувачів

Джерело: розроблено автором.

Окрім того, можна розглядати можливість встановлення мобільних додатків для управлінського персоналу. Одним із перспективних напрямів консультування у сфері впровадження, використання та удосконалення облікових інформаційних систем є допомога у виборі нового та поступової відмови від застарілого програмного забезпечення чи того, за яким розробники припинили підтримувати оновлення. У процесі переходу на нову систему важливим є питання якісного перенесення інформації із довідників, залишків по рахунках, управлінської бази без додаткової обробки та пристосування до нових форм та документів. Ця функція забезпечується багатьма розробниками нових продуктів, проте слід звернути увагу на повноту процесів. Перенесення якомога більшої кількості інформації має переноситися автоматично, без «ручного» втручання користувачів. Співвідношення ціни та якості облікових програмних продуктів є важливим фактором, який впливає на вибір користувачів. Проте, на вибір має впливати у першу чергу функціональність інформаційної системи. Ціни варто порівнювати лише за тотожним набором функцій. У процесі користування обліковим програмним забезпеченням важлива наявність достатньої кількості якісної підтримки, впровадження оновлень, швидке реагування на запити користувачів з мінімальною затратою часу. У даному випадку консультанту варто мати власний досвід співпраці із службами підтримки і порекомендувати клієнту провайдера із високим рівнем якості надання таких послуг. Наявність партнерів особливо актуальна у разі вибору програми із закордонними джерелами розробки. Проте, на нашу думку, консультанту важливо мати досвід роботи та впровадження українських програмних комплексів, які донедавна не мали популярності у зв'язку із великим поширенням російських систем обліку 1С та BAS. На даний час виникає необхідність пошуку зручної альтернативи, функціональне наповнення якої відповідало зазначеним вище критеріям. Запити бізнесу полягають у тому, щоб

відмовитись від російських продуктів, знайшовши їм аналогічну заміну за функціями. Російські облікові системи в Україні дуже розповсюджені, популярні та дійсно для більшості користувачів є найкращими, добре відображають складність податкового законодавства, розроблені схеми оптимізації податків, можливість вести облік і формувати консолідовану управлінську звітність кількох суб'єктів господарювання на одній платформі. Значною перешкодою у розповсюдженні альтернативних інформаційних систем є російськомовне середовище користувачів та технічних спеціалістів (російськомовний синтаксис мови програмування 1С та BAS) [6]. Очевидно, що в такому середовищі місце для закордонних аналогів знайти важко. Вони призначені для іншого середовища, з акцентом на управлінні бізнес-процесами, стандартизації та прозорості операцій, міжнародних стандартах фінансового обліку та звітності, та з англійським синтаксисом мови розробки [4].

У контексті наукового дослідження актуально систематизувати інформацію про аналоги існуючого програмного забезпечення, яка буде корисна консультанту у співпраці із клієнтами і дозволить обрати у детальнішу розробку один або кілька варіантів. Автор пропонує матрицю відповідності критеріям оцінки програмних облікових комплексів, зазначених вище із додаванням ще одного актуального для консультанта критерію – доступної демоверсії програми. На нашу думку, такий критерій не оцінює якість самої програми, проте, із врахуванням цієї інформації консультант може завчасно випробувати програму, підготувати план консультації та визначити одну або кілька програм які відповідатимуть вимогам та враховуватимуть специфіку діяльності (Таблиця 1).

Таблиця 1

Матриця відповідності критеріям оцінки програмних облікових комплексів

ПРОГРАМНІ КОМПЛЕКСИ		КРИТЕРІЇ						
		Функціональність	Локалізація	Розгашування системи	Перенесення інформації	Ціновий сегмент	Наявність якісної підтримки	Доступ до демоверсії
ERP	SAP	+	+	+	+	-	+	+
	Microsoft Dynamics	+	+	+	-	-	+	+
	ODOO	+	+	+	+	+	-	+
	Oracle netsuite	+	-	+	-	-	+	+
	IT-Enterprise	+	+	+	-	-	+	+
	A5 Systems	+	+	+	+	-	-	+
ПРОФЕСІЙНІ	Master	+	+	+	+	+	+	+
	B Jet	+	+	+	+	+	+	+
	IS Pro	+	+	+	+	-	-	+
	Дебет плюс	+	+	+	-	-	-	+
	Комінтех	-	+	-	+	-	-	+
	АБ система	+	+	+	+	+	-	+
	Dilivod	+	+	-	-	+	-	+
	Smartfin	+	+	-	-	+	-	+
	Bookkeeper	-	+	-	-	+	-	+
	Qulincefin	-	+	-	-	-	-	+
	FINMAP	-	+	-	-	+	+	+
	Perfectum	-	+	+	-	+	+	+
	Торг Софт	-	+	+	-	+	+	+

Джерело: Систематизовано автором на основі [5,6].

Запропоновані до систематизації програми додатково класифіковані за двома ознаками. До першої групи увійшли ERP-системи. Це програмне забезпечення, в якому можна керувати фінансами, ланцюжками поставок, операціями, торгівлею, звітністю, виробництвом та персоналом

[5]. Головна функція ERP — об'єднання всіх бізнес-процесів в одну систему, а також спрощення, прискорення й оптимізація. Цього вдається досягти завдяки автоматизації рутинних процесів та уникненню багаторазового введення тієї ж інформації виконавцями з різних відділів. ERP позиціонують себе не лише як програми для обліку господарських процесів, кадрів та зарплати. Сучасні системи ERP оснащені такими новітніми технологіями, як штучний інтелект, машинне навчання тощо, завдяки яким управління бізнесом стає ще прозорішим та ефективнішим. Саме тому слід випробувати на практиці, чи такий універсальний підхід не нівелює облікову специфіку. Інша категорія – спеціальні професійні програми для ведення обліку господарських процесів та податкового обліку.

Слід відмітити, що серед програм є вузькоспеціалізовані, призначені для ведення управлінського обліку з обмеженим функціоналом. Це зроблено з метою складення деталізованої, універсальної матриці, щоб надати кваліфіковану консультацію усім категоріям суб'єктів бізнесу і мати змогу швидко звузати пошук до однієї або кількох програм.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У статті наведено систематизацію основних видів консультацій, встановили межу компетенції, визначили основні критерії оцінки інформаційних систем в обліку, на базі яких склали матрицю відповідності. Консалтинг у сфері впровадження та використання інформаційних технологій є складним, проте дуже перспективним напрямом консультування. Заборона використовувати в Україні російські системи обліку, такі як 1С та BAS, відкриває можливості впровадження альтернативних, вітчизняних та зарубіжних, програмних комплексів. І саме у цій сфері автор вбачає перспективу співпраці консультантів та представників бізнесу.

Джерела та література

1. Грудзевич Ю. І., Скорук О. В. Обліково-аналітичне забезпечення консалтингу у сфері розстрочення сплати податкових зобов'язань. *Вісник ЛТЕУ*. 2021. № 65. С. 111–115.
2. Рейкін В. С., Макара О. В. Консалтинг в Україні: оцінка стану та тенденції розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 39. С. 97–101.
3. Скриньковський Р., Гладун В., Крамар М. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку на підприємстві. *Траєкторія науки*. 2019. Т. 5, № 2 : Економічні науки. С. 3001–3010.
4. Безпалько І. Р. Податкове консультування в Німеччині: досвід для України. *Ефективна економіка*. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/47.pdf (дата звернення : 15.07.2021). Назва з екрану.
5. Вебінар Аналоги 1С та BAS [Електронний ресурс]: вебінар. *You Tube*. URL: <https://bit.ly/3R2PSoM> (дата звернення: 03.06.2022). Назва з екрану.
6. Снігир С. Чому російський софт 1С є ознакою корупції та тіньового сектору в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://bit.ly/3QXvCVD> (дата звернення: 09.06.2022). – Назва з екрана.

References

1. Grudzevych Y. I., Skoruk O. V Accounting and analytical support for consulting in the field of deferred payment of tax obligations. *Bulletin of LUTE*. 2021. No. 65. P. 111–115 [in Ukrainian].
2. Reikin, V. S. And Makara, O. V. (2020), “Consulting in Ukraine: assessment of the state and development trends”, *Infrastruktura rynku*, vol. 39, pp. 97–101 [in Ukrainian].
3. Skrynjkovskiy R., Ghladun V., Kramar M. Information technologies in the organization of accounting at the enterprise. *Path of Science* 2019. Vol. 5, № 2: Economic sciences. P. 3001–3010 [in Ukrainian].
4. Bezpalko, I. R. (2018). “Tax consulting in Germany: experience for Ukraine”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol. 4, URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/4_2018/47.pdf (Accessed 1 June 2022) [in Ukrainian].
5. Webinar Analogs 1C and BAS [Electronic resource]: webinar. *You Tube*. URL: <https://bit.ly/3R2PSoM> (Accessed 1 June 2022) Name from the screen [in Ukrainian].
6. Snigyr S. Why Russian software 1C is a sign of corruption and the shadow sector in Ukraine [Electronic resource]. *Access mode: https://bit.ly/3QXvCVD* (Accessed 1 June 2022). – Name from the screen [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.05.2022 р.

УДК 657.15:005.934

Садовська Ірина,
доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри обліку і оподаткування,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-7081-8524
e-mail: Sadovska.Iryna@vnu.edu.ua

Маркус Ольга,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра обліку і оподаткування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-6147-888X,
e-mail: Markus.Olga@vnu.edu.ua

Нагірська Катерина
кандидат економічних наук, доцент,
Луцький національний технічний університет,
кафедра обліку і аудиту
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-2792-8162
e-mail: katya_nagirska@ukr.net

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-39-45>

ФОРМУВАННЯ УПРАВЛІНСЬКОЇ МОДЕЛІ ЗВІТУ ПРО РУХ ГРОШОВИХ КОШТІВ В КОНТЕКСТІ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗГІДНО МСБО

Анотація. Недостатня аналітичність Звіту про рух грошових коштів та відсутність обґрунтованих практик щодо доречності і достовірності відображення окремих його статей – негативно впливають на прийняття управлінських рішень. Тому у статті було проведено дослідження теоретичного надбання і сучасних практик щодо облікової політики формування Звіту про рух грошових коштів за вимогами МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів». Авторами здійснено аналіз відповідностей і відмінностей за міжнародними і національними стандартами у обліковій політиці щодо відображення та визначення складу грошових коштів та їх еквівалентів. Також було запропоновано власний підхід щодо формування управлінської моделі Звіту про рух грошових коштів із дотриманням вимог МСФЗ.

Ключові слова: грошові кошти та їх еквіваленти, Звіт про рух грошових коштів, облікова політика, МСБО, операційна діяльність, інвестиційна діяльність, фінансова діяльність.

Sadovska Iryna,
Doctor of Economics, Professor,
Lesya Ukrainka Eastern European National University,
Department of Accounting and Auditing,
Lutsk

Markus Olga
PhD in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Eastern European National University,
Department of Accounting and Auditing,
Lutsk

Nahirska Kateryna
PhD (Economics), Associate Professor,
The Department of Accounting and Audit
Lutsk National Technical University
Lutsk

THE MANAGEMENT MODEL OF THE CASH FLOW STATEMENT FORMATION ACCORDING TO THE IAS ACCOUNTING POLICY

Abstract. Introduction. Information about an entity's cash flows is useful because it provides users of financial statements with a basis for assessing the entity's ability to generate cash and cash equivalents and the entity's need to use those cash flows. Insufficient analytical nature of the Statement of Cash Flows and lack of sound practices on the relevance and reliability of some of its articles - negatively affect management decisions that will promote business development, create safe conditions for its operation in uncertainty and significant probability of stability risks now. cash flows and cash assets. The purpose of the article: to conduct a study of theoretical knowledge and current practices on accounting policies for the preparation of the Statement of Cash Flows under IFRS, to compare the compliance and differences in international and national standards on this topic, as well as to propose their own approaches to the management model. cash flows under IFRS.

Results. The article conducted a study of theoretical knowledge and current practices on accounting policies for the formation of the Statement of Cash Flows in accordance with IAS 7 "Statement of Cash Flows". The authors analyzed the correspondences and differences according to international and national standards in accounting policy to reflect and determine the composition of cash and cash equivalents. They also proposed their own approach to the formation of the management model of the Statement of Cash Flows in compliance with IFRS.

Conclusions. The developed model of the Management Report provides an opportunity to assess the ability of the company to operate financially and sustainably in the future, as well as take into account all the requirements of international standards to the accounting policy of the Statement of Cash Flows.

Key words: cash and cash equivalents, Cash flows statement, accounting policy, IAS, operating activities, investing activities, financial activities.

Постановка проблеми та її значення. На перший погляд облікова політика стосується процесу формування форми № 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан) та форми № 2 Звіт про фінансові результати (Звіти про сукупний дохід). Такий підхід є класичним, оскільки передбачає багатоваріантність професійних бухгалтерських суджень у виборі методів оцінки статей вказаних форм фінансової звітності. Форма № 3 Звіт про рух грошових коштів є більш стійкою щодо релевантної інформації. Рух грошових коштів у економічного суб'єкта відбувається за правилами проведення готівкових та безготівкових розрахунків та інших операцій. Таким чином, відбувається нівелювання положень облікової політики щодо формування Звіту про рух грошових коштів, що в результаті спричиняє ряд проблем в питаннях доречності і достовірності відображення окремих статей звітності, а це, в свою чергу, негативно впливає на прийняття управлінських рішень.

Проблема нівелювання положень облікової політики щодо формування Звіту про рух грошових коштів здебільшого проявляється на практиці. В процесі її вирішення спостерігаються неоднозначне розуміння природи проблеми, а, відповідно, рішення базуються здебільшого на вузькоглядних бухгалтерських судженнях, які сприяють появі ще більшої кількості проблем. Причиною описаної ситуації, яка набуває моделі замкненого кола, є недостатньо розроблена методика формування звіту про рух грошових коштів, особливо на управлінському рівні. Не доцільно розділяти фінансовий і управлінський облік. Відповідно, не доцільно розділяти управлінську і фінансову моделі звіту про рух грошових коштів. Впливає потреба в ефективному управлінні процесом формування звіту про рух грошових коштів з позиції фінансового менеджменту економічного суб'єкта, і, водночас, з позиції стратегічного менеджменту. Останній потребує формування відповідної управлінської моделі звіту про рух грошових коштів, але не як окремої методики і системи інструментарію, а взаємо погодженої процедури з обліковою політикою орієнтованою на принципи МСБО, які дозволяють використати більше можливостей для деталізації, пояснень, професійних суджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Напрацювання вітчизняних та закордонних науковців, зосереджують увагу на дослідженнях особливостей формування облікової політики в основному для статей форми № 1 Баланс (Звіт про фінансовий стан) та форми № 2 Звіт про фінансові результати (Звіти про сукупний дохід) [4, 5, 6]; або стосуються загальних підходів щодо визначення порога суттєвості, організації бухгалтерської

служби та документообігу, застосування методу інвентаризації [7,8]. Щодо формування Звіту про рух грошових коштів є наукові праці авторів [2, 3, 10], в яких розглядаються сутність економічної категорії грошові кошти та їх еквіваленти, особливості їх відображення за вимогами НП(С)БО та МСБО, а також два методи складання Звіту – прямий і не прямий, аналізуються їх переваги та недоліки. Проте, не достатньо знаходимо напрацювань в частині розробки управлінської моделі Звіту про рух грошових коштів, яка дає можливість відображати усі зміни в обліковій політиці та облікових оцінках, а отже є чинником покращення ефективності прийняття управлінських рішень, які сприятимуть розвитку бізнесу, створенню безпечних умов його функціонування в умовах невизначеності та відносно суттєвої ймовірності ризиків щодо стабільності теперішньої вартості грошових потоків і грошових активів.

Мета і завдання статті. З урахуванням описаних вище проблем, автори поставили за мету провести дослідження теоретичного надбання і сучасних практик щодо облікової політики формування Звіту про рух грошових коштів за МСФЗ, провести паралель відповідності і відмінностей за міжнародними і національними стандартами за даною тематикою, а також запропонувати власні підходи щодо формування управлінської моделі Звіту про рух грошових коштів за МСФЗ.

Викладення основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження.

Формування Звіту про рух грошових коштів підприємствами регламентовано Н(П)СБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», а також МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів» [7, 8, 9].

Для досягнення окресленої мети дослідження, доцільним буде порівняти практики щодо облікових політик формування Звіту про рух грошових коштів за національними та міжнародними стандартами, визначивши їх спільні та відмінні риси. Першою відмінною рисою зазначених Стандартів є різне трактування поняття «грошові кошти». Так згідно НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», грошові кошти – це готівка, кошти на рахунках у банках та депозити до запитання [9]. Натомість, згідно МСБО 7 «Звіт про рух грошових коштів», грошові кошти складаються з готівки в касі та депозитів до запитання. Крім цього, в міжнародних стандартах зазвичай застосовується термін «грошові потоки», а у національних – «рух грошових коштів», хоча за своїм тлумаченням ці поняття тотожні.

Також відмінним є те, що згідно національних стандартів форма Звіту про рух грошових коштів є затвердженою та є обов'язковою для застосування усіма підприємствами (крім банків і бюджетних установ), а за міжнародними – вона має лише рекомендовану форму такого Звіту [7].

Спільною рисою у національних та міжнародних стандартів є визначена структура Звіту, який складається з трьох розділів.

Розділ I. Рух коштів у результаті операційної діяльності. НП(С)БО 1 визначає, що операційна діяльність – це основна діяльність підприємства, а також інші її види, які не вважаються інвестиційною чи фінансовою діяльністю. В свою чергу, основна діяльність – це операції, пов'язані з виробництвом або реалізацією продукції (товарів, робіт, послуг), що є головною метою створення підприємства й забезпечують основну частину його доходу [9].

Розділ II. Рух коштів у результаті інвестиційної діяльності. Відповідно до НП(С)БО 1, інвестиційна діяльність – це придбання та реалізація тих необоротних активів, а також тих фінансових інвестицій, які не є складовою частиною еквівалентів грошових коштів [9].

Однак згідно вимог МСБО 7 – до складу інвестиційної діяльності підприємства не включаються грошові еквіваленти як інвестиції. В міжнародній практиці для того, щоб еквівалент грошових коштів можна було визначити як інвестицію – вона повинна бути вільно конвертована у відому суму грошових коштів і характеризуватися незначним ризиком зміни вартості [7]. Виходячи з таких підходів, в МСБО 7 на відміну від НП(С)БО 1 наприклад, фінансові інвестиції короткострокового характеру можуть включатися до складу операційної діяльності. Таким чином, інвестиція визначається здебільшого як еквівалент грошових коштів тільки в разі короткого строку погашення, наприклад протягом трьох місяців чи менше з дати

придбання. Інвестиції в інструменти власного капіталу не входять до складу еквівалентів грошових коштів, якщо вони не є за сутністю еквівалентами грошових коштів, наприклад, у випадку привілейованих акцій, придбаних протягом короткого періоду їх погашення і з визначеною датою викупу.

Розділ III. Рух коштів у результаті фінансової діяльності. Національний стандарт визначає фінансову діяльність як діяльність, що призводить до змін розміру і складу власного та позикового капіталів підприємства [9].

Згідно вимог МСБО 7 – банківські позики відносяться до фінансової діяльності за виключенням банківських овердрафтів, які підлягають погашенню за вимогою, виступають невід’ємною частиною управління грошовими коштами суб’єкта господарювання а отже характеризують його операційну діяльність. За таких обставин банківські овердрафти включаються як компонент грошових коштів та їхніх еквівалентів. Характерною рисою таких банківських операцій є часті коливання залишків коштів на банківських рахунках – від перевищення надходжень до перевищення кредиту. Тобто банківські овердрафти, згідно МСБО 7, рекомендовано розкривати у складі операційної діяльності. Натомість, згідно НП(С)БО 1, будучи банківськими позиками, овердрафти підлягають включенню до складу грошового потоку від фінансової діяльності.

Також відмінністю є те, що у Звіті про рух грошових коштів, згідно національних стандартів, отримані дивіденди та відсотки відображаються в складі інвестиційної діяльності, а сплачені – у складі операційної та фінансової діяльності відповідно. Натомість, згідно міжнародних стандартів, сплачені й отримані відсотки і дивіденди можна віднести до фінансової та інвестиційної діяльності. Рекомендовано також, згідно з МСБО 7, є класифікація сплачених дивідендів як компонентів грошових потоків від операційної діяльності. Головна мета полягає у полегшенні можливості оцінки користувачами фінансових звітів здатності підприємства сплачувати дивіденди з грошових потоків від операційної діяльності.

Порівнюючи вимоги до розкриття інформації про податок на прибуток – варто наголосити на наступних відмінностях. За національними стандартами сплата податку на прибуток наводиться у Звіті про рух грошових коштів у складі операційної діяльності. Натомість при застосуванні МСБО 7 грошові потоки, що виникають від податків на прибуток, класифікуються як грошові кошти від операційної діяльності лише у випадку, коли їх не можна конкретно ототожнити з фінансовою та інвестиційною діяльністю підприємства [7 - 9].

Зважаючи на зазначенні відмінності у відображенні та визначенні складу грошових коштів та їх еквівалентів за вимогами міжнародних та національних стандартів – підприємству є доцільним розкрити та детально обґрунтувати в обліковій політиці підходи, які він приймає у процесі формування Звіту про грошові потоки.

Вибір способів одержання інформації та методів її подання у Звіті про рух грошових коштів потрібно закріпити в обліковій політиці підприємства. Це також стосується і кількісного критерію суттєвості інформації про господарські операції та події, який доцільно окреслити окремо для Звіту про рух грошових коштів. Конкретний розмір кількісного критерію слугуватиме орієнтиром необхідності розкриття додаткових статей Звіту про рух грошових коштів.

Недостатня аналітичність Звіту про рух грошових коштів, для використання даних в процесі прийняття управлінських рішень, потребує розробки його управлінської моделі. Управлінська модель Звіту про рух грошових коштів повинна враховувати вимоги облікової політики за МСБО конкретного підприємства щодо формування Звіту та давати можливість оптимізації грошових потоків підприємства, забезпечення збалансованості вхідних і вихідних грошових потоків у часі і за обсягом.

Виходячи із зазначених міркувань, авторами було розроблено модель управлінського Звіту про рух грошових коштів, яка представлена в таблиці 1.

Таблиця 1

Управлінська модель Звіту про рух грошових коштів

Управлінський Звіт про рух грошових коштів	Місяць (Квартал, Рік) 2022, тис. грн
ЗАЛИШОК ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПОЧАТОК ПЕРІОДУ	
Надходження грошових коштів	Всього
<i>1.1. НАДХОДЖЕННЯ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:</i>	
- Покупець (замовник) 1, в.т.ч. авансові платежі - Покупець (замовник) 2, в.т.ч. авансові платежі	
<i>1.2. Інші неопераційні надходження</i>	
Інші надходження	
<i>1.3 НАДХОДЖЕННЯ ВІД ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	
Надходження від реалізації ОЗ, НА, НМА	
Поповнення статутного капіталу	
<i>1.4 НАДХОДЖЕННЯ ВІД ФІНАНСОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</i>	
Отримання кредитів від банків	
Отримання позик від власників	
Отримання позик від інших кредиторів	
Витрачання грошових коштів	Всього
2.1. ВИТРАЧАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:	
2.1.1. Оплата постачальникам:	
- Оплата постачальникам-резидентам сировини, матеріалів, в.т.ч. авансові платежі; - Оплата постачальникам-нерезидентам сировини, матеріалів; в.т.ч. авансові платежі - Оплата постачальникам-резидентам за послуги, в.т.ч. авансові платежі; - Оплата постачальникам-нерезидентам за послуги, в.т.ч. авансові платежі; - ПДВ, сплачене на митниці; - Митні платежі; - Транспортні витрати оплачені.	
2.1.2. ОПЛАТИ, пов'язані з операційною діяльністю:	
- оренда; - комунальні платежі; - пальне; - спецодяг; - відрядження; - консультаційні послуги; - реклама; - навчання персоналу; - медичне страхування; - податок на прибуток; - ПДВ, сплачене на митниці; - представницькі витрати; - РКО.	

2.2. ОПЛАТИ ПО НЕОПЕРАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
Інші виплати	
...	
2.4. ВИТРАТИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	
Придбання ОЗ	
Капітальний ремонт	
Амортизаційний фонд	
Виплата дивідендів:	
- Власник 1;	
- Власник 2....	
2.5. ОПЛАТИ ПО ФІНАНСОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	
Повернення кредитів/позик:	
- Повернення кредиту банкам;	
- Повернення кредиту власникам;	
- Повернення позик іншим кредиторам;	
- Погашення відсотків по кредитах/позиках	
-	
ЗАЛИШОК ГРОШОВИХ КОШТІВ НА КІНЕЦЬ ПЕРІОДУ	

Розроблена модель Звіту дає можливість менеджменту підприємства здійснювати оперативний аналіз, а отже швидко реагувати на зміни, що відбуваються, адаптуватися до них та зосереджувати обмежені ресурси на пріоритетних напрямках діяльності. Тому оперативний аналіз на основі управлінського Звіту складається на місяць у вигляді тематичних планів надходжень та витрачань грошових коштів, а на базі цього формуються показники квартального та річного притоку і відтоку грошових коштів. Розбивка помісячно потрібна для врахування сезонних коливань реалізації продукції, робіт та послуг.

Висновки і перспективи подальших досліджень.

Інформація про грошові потоки суб'єкта господарювання є корисною, оскільки вона надає користувачам фінансової звітності основу для оцінки спроможності суб'єкта господарювання генерувати грошові кошти та їх еквіваленти, а також потреби суб'єкта господарювання щодо використання цих грошових потоків. Зважаючи на відмінність принципів управління грошовими коштами і банківських угод у всьому світі та виконуючи вимоги МСБО 1 «Подання фінансових звітів», підприємство розкриває інформацію про облікову політику, яку він приймає для визначення складу грошових коштів та їхніх еквівалентів. Вплив будь-якої зміни у обліковій політиці щодо визначення компонентів грошових коштів та їхніх еквівалентів, наприклад зміни у класифікації фінансових інструментів, які раніше вважалися частиною портфеля інвестицій підприємства, визначається відповідно до МСБО 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки».

Розроблена модель управлінського Звіту дає можливість як оцінки здатності підприємства фінансово-стійко проводити діяльність у майбутньому, а також врахувати усі вимоги міжнародних стандартів до облікової політики формування Звіту про рух грошових коштів.

Перспективи подальших досліджень вбачаються в удосконаленні організації аудиту грошових коштів підприємства. Оскільки для підтримки конкурентоспроможності, забезпечення платоспроможності і попередження ризику банкрутства менеджмент підприємства повинен приділяти особливу увагу питанням перевірки обліку операцій з грошовими коштами та ефективності їх використання.

Джерела та література:

1. Semenushina N, Khorunzhak N, Sadovska I. Evaluation of the adaptability of scientific theories for the development of accounting institute *Intelektine Ekonomika*. 2020. Vilnius. Том 14. Р 113-129. URL: <https://www3.mruni.eu/ojs/intellectual-economics/article/view/5713>

2. Горбач Т.О. Теоретичні основи дослідження якості облікової інформації в бухгалтерській (фінансовій звітності): *Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics»*. 2017. №6. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/6-2017/UKR/horbach.pdf>.
3. Подолянчук О.А. Облікова інформація та її якісні характеристики відповідно до облікових стандартів. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/February2020/ybOZOMIRWBAuPz2dwybX.pdf>
4. Куцик П. О., Маркус О. В., Садовська І. Б. Роль професійного судження у застосуванні єдиної моделі обліку оренди за МСФЗ (IFRS) 16 «Оренда». *Вісник ЛТЕУ: Економічні науки*. 2021. № 63. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-63>
5. Садовська І.Б., Бляхарчук М.О. *Облікова політика в управлінні підприємством: методика і практика*: Монографія. 2018. 300 с.
6. Садовська І.Б., Нагірська К.Є. *Облікова політика в організації обліку і оподаткуванні проектною діяльністю*: матеріали XV Всеукр. наук.-практ. конф. 2021. Одеса : ДУ «Одеська політехніка». С. 68–69.
7. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 «Звіт про рух грошових коштів». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_020
8. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_020
9. Національний стандарт бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
10. Кулик В. А. *Облікова політика підприємства: набутий досвід та перспективи розвитку*: монографія. 2014. Полтава: РВВ ПУЕТ. 373 с.

References

1. Semenysheva, N; Khorunzhak, N; Sadovska, I. (2020). Evaluation of the adaptability of scientific theories for the development of accounting institute *Intelektine Ekonomika*. Vilnius. Tom 14. P 113-129. URL: <https://www3.mruni.eu/ojs/intellectual-economics/article/view/5713> [in Ukrainian].
2. Horbach, T. (2017). Teoretychni osnovy doslidzhennya yakosti oblikovoyi informatsiyi v bukhgalters'kiy (finansoviy zvitnosti): *Elektronne naukove fakhove vydannya z ekonomichnykh nauk «Modern Economics»*. №6. URL: <https://modecon.mnau.edu.ua/issue/6-2017/UKR/horbach.pdf>. [in Ukrainian].
3. Podolyanchuk, O. (2018). Oblikova informatsiya ta yiyi yakisni kharakterystyky vidpovidno do oblikovykh standartiv. *Bukhgtalters'ky oblik, analiz ta audyt*. URL: <http://efm.vsau.org/storage/articles/February2020/ybOZOMIRWBAuPz2dwybX.pdf> [in Ukrainian].
4. Kutsyk, P; Markus ,O; Sadovs'ka, I. (2021). Rol' profesiynoho sudzhennya u zastosuvanni yedynoyi modeli obliku orendy za MSFZ (IFRS) 16 «Orenda». *Visnyk LTEU: Ekonomichni nauky*. № 63. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2021-63> [in Ukrainian].
5. Sadovs'ka ,I; Blyakharchuk, M. (2018). Oblikova polityka v upravlinni pidpryemstvom: metodyka i praktyka: *Monohrafiya*. 300 p. [in Ukrainian].
6. Sadovs'ka, I; Nahirs'ka, K. (2021). Oblikova polityka v orhanizatsiyi obliku i opodatkuvanni proyektnoyi diyal'nosti: materialy XV Vseukr. nauk.-prakt. konf: DU «Odes'ka politekhnikha». P. 68–69. [in Ukrainian].
7. Mizhnarodnyy standart bukhgalters'koho obliku 7 «Zvit pro rukh hroshovykh koshtiv». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_020 [in Ukrainian].
8. Mizhnarodnyy standart bukhgalters'koho obliku 8 «Oblikovi polityky, zminy v oblikovykh otsinkakh ta pomylyky». URL: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/929_020 [in Ukrainian].
9. Natsional'nyy standart bukhgalters'koho obliku 1 «Zahal'ni vymohy do finansovoyi zvitnosti». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> [in Ukrainian].
10. Kulyk, V. (2014). Oblikova polityka pidpryemstva: nabuty dosvid ta perspektyvy rozvytku: *monohrafiya*. Poltava: RVV PUET. 373 p. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2022 р.

РОЗДІЛ III

Фінанси, банківська справа та страхування

УДК: 336.531.2

Проць Наталія,
кандидат економічних наук, доцент
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра фінансів,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0003-3897-6482
e-mail: VyshnevskaNataliya@vnu.edu.ua

Руденко Анастасія,
здобувач вищої освіти за спеціальністю 072 «Фінанси, банківська справа та страхування»,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-9681-576X,
e-mail: Rudenko.Anastasviya2018@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-46-55>

ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ БЮДЖЕТІВ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

У статті описано особливості реалізації фінансової децентралізації місцевих органів влади в Україні. Наголошено, що місцевий бюджет відіграє важливу роль у ефективному соціально-економічному розвитку територіальної громади. Визначено особливості формування та використання коштів місцевих бюджетів територіальних громад в умовах фінансової децентралізації. Визначено, яку частку займає місцевий бюджет у Зведеному бюджеті України. Зроблено висновок, що в умовах фінансової децентралізації, одним із важливих питань на сьогодні є побудова оптимальної моделі формування та використання коштів органів місцевого самоврядування та запропоновано напрямки удосконалення системи фінансового забезпечення місцевого самоврядування територіальних громад.

Ключові слова: місцевий бюджет, територіальна громада, фінансова децентралізація, доходи місцевих бюджетів, видатки місцевих бюджетів.

Prots Natalia ,
Associate Professor, Ph.D. in Economics,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Finance,
Lutsk

Rudenko Anastasya,
graduate of the specialty 072 Finance, Banking and Insurance,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Lutsk

FORMATION AND USE OF BUDGETS OF TERRITORIAL SOCIETIES

Abstract. Introduction. In the article the features of financial decentralization of local authorities are described in Ukraine. It is marked that a local budget plays an important role effective socio-economic development of territorial society. The features of forming and use of money of local budgets of territorial communities are certain in the

conditions of financial decentralization. The sources of forming of profits of local budget are considered and on what use these money. Certainly, what part is occupied by a local budget in the Erected budget of Ukraine. Drawn conclusion, that in the conditions of financial decentralization, one of important questions for today is a construction of optimal model of forming and use of money of organs of local self-government and directions of improvement of the system of the financial providing of local self-government of territorial are offered.

The purpose of the article. The purpose of the article consists in deepening of theoretical ground of essence of local budget and search of sourcings of the local programs for providing of socio-economic development of territory.

Results. In the article the features of financial decentralization of local authorities are described in Ukraine. Reform of decentralization in Ukraine substantially influenced on the process of forming and use of money of local budgets. A local budget presents by a soba powerful lever of management that gives an opportunity to the organs of local self-government to influence on economic, social and political processes in society. On the basis of analysis of scientific literature it was set about absence of only approach of scientists in relation to understanding of essence of concept "local budget". It is considered, from what the profits of local budget are formed and on what use these money. Tax receivableness, untax receivableness, income from operations with a capital and interbudgetary трансферти, belong to the basic sources of forming of profitable part of territorial communities. By the basic source of filling of budget money are tax receivableness. Unlike profits, the charges of budget in swingeing majority potentially can be attributed to the budgetary stimuli. Certainly, that reform of decentralization substantially influenced on profitable part of local budgets. For the last three years the profits of local budgets of Ukraine grew considerably. However, simultaneously financing of greater part of charges, territorial communities related to life, now comes true due to their budgets.

Conclusions. Financial decentralization has positive influence on providing of communities and possibility financial resources them the effective use. However the real state of the financial providing of organs of local self-government on implementation of own and delegated by a central government of plenary powers body is extraordinarily difficult. The analysis of data confirms, about dependence of organs of local self-government on national tax payments and interbudgetary трансфертів that is actually unconnected with own activity of territorial communities. To Tom, one of important questions for today are reduction to the role of the state in the financial providing of development of communities and construction of optimal model of forming and use of money of organs of local self-government. In the article by us directions of improvement of the system of the financial providing of local self-government of territorial were offered

Key words: local budget, territorial society, financial decentralization, profits of local budgets, charges of local budgets.

Постановка проблеми та її значення. Нині питання децентралізації в Україні, а саме фінансової децентралізації місцевих органів влади є важливим завданням демократизації суспільства, оскільки представляє собою одну із фундаментальних умов незалежності та забезпечує формування спроможних територіальних громад. В умовах фінансової децентралізації особлива увага відводиться формуванню місцевого бюджету і соціально-економічному розвитку території.

Місцевий бюджет є фінансовим планом громади, де зазначаються, джерела формування та напрямки використання коштів органів місцевого самоврядування. Можна вважати, що місцевий бюджет представляє собою потужний важіль управління, який дає змогу органам місцевого самоврядування впливати на економічні, соціальні та політичні процеси у громаді.

Усі ці фактори обумовлюють актуальність даної теми та необхідність більш глибокого вивчення сутності та механізму формування й використання коштів бюджетів територіальних громад.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання формування та використання коштів територіальних громад присвячені праці багатьох вчених, серед яких: як Н.І. Власюк, Т. В. Мединська, М.І. Мельник, О. П. Кириленко, С.С. Серьогін, Т.Г. Бондарук. Вони знаходили різні підходи до визначення сутності місцевих бюджетів та проблем щодо формування та використання коштів бюджетів територіальних громад за для покращення соціально-економічного стану території. Водночас незважаючи на реформування територіальної організації влади та проведення фінансової децентралізації чимало питань у

сфері фінансування та формування місцевих бюджетів громад залишаються невирішеними.

Мета і завдання статті полягає у поглибленні теоретичного обґрунтування сутності місцевого бюджету та пошуку джерел фінансування місцевих програм для забезпечення соціально-економічного розвитку території.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Визначальною передумовою формування фінансової незалежності територіальних громад є бюджетна децентралізація, метою якої є вирішення низки завдань, головним серед яких є пошук достатньої кількості фінансових ресурсів, які за своїм впливом зможуть надати повну самостійність та незалежність місцевих бюджетів у структурі бюджетної системи України. Реформу децентралізації в Україні було розпочато значною мірою з огляду на незадовільну спроможність переважної більшості органів місцевого самоврядування. Тому з метою сприяння вирішення цієї проблеми у 2014 р. Урядом України було схвалено Концепцію реформування місцевого самоврядування та територіальної організації влади. Це стало визначальним етапом щодо процесу децентралізації, яка містить у собі передачу повноважень та фінансів від держави до органів місцевого самоврядування.

Відповідно до Конституції України «місцеве самоврядування є правом територіальної громади – жителів села чи добровільного об'єднання у сільську громаду жителів кількох сіл, селища та міста - самостійно вирішувати питання місцевого значення» [1].

Добровільне об'єднання територіальних громад надало можливість органам місцевого самоврядування базового рівня дістати повноваження і ресурси, які раніше були тільки у міст обласного значення.

Реформа децентралізації в Україні суттєво вплинула на дохідну частину місцевих бюджетів. Однак, одночасно фінансування більшої частини видатків, пов'язаних з життям територіальних громад, тепер здійснюється за рахунок їх бюджетів. Бюджетна децентралізація – це перенесення доходів місцевих бюджетів або використання бюджетних ресурсів на більш низький рівень [7; 12].

В основу реформи місцевого самоврядування та фінансової децентралізації влади було покладено принцип субсидіарності, який згідно Бюджетного кодексу означає «розподіл видів видатків між державним бюджетом та місцевими бюджетами, а також між місцевими бюджетами ґрунтується на необхідності максимально можливого наближення надання публічних послуг до їх безпосереднього споживача». Відповідно до відання територіальних громад перейшли повноваження, які виконували районні ради та районні державні адміністрації. Фінансовою основою для виконання законодавчо закріплених повноважень органів місцевого самоврядування є бюджети територіальних громад.

Бюджети місцевого самоврядування – це бюджети територіальних громад сіл, селищ, міст та їх об'єднань. Бюджети територіальних громад створені згідно із законом та перспективним планом формування територій громад та мають прямі міжбюджетні відносини з державним бюджетом. Бюджет територіальної громади це головний фінансовий документ, який регламентує фінансово-господарську діяльність органів місцевого самоврядування, бюджетних установ та забезпечує розвиток громади. Від забезпеченості органів місцевого самоврядування фінансовими ресурсами залежить соціально-економічний розвиток як окремої території так і держави загалом.

Розглянемо як саме трактують поняття місцевого бюджету в економічній літературі. Бондарук Т.Г., розглядає місцевий бюджет у двох аспектах[4]:

1) як фонд фінансових ресурсів, що мобілізується й витрачається на відповідній території.;

2) як сукупність бюджетів, які складаються, затверджуються і виконуються відповідними місцевими органами влади і самоврядування.

Кириленко О. П., характеризує місцевий бюджет як «сукупність економічних відносин, які служать інструментом розподілу та перерозподілу ВВП і національного доходу країни, забезпечуючи тим самим створення б фінансової бази місцевих органів влади з метою задоволення економічних та соціальних потреб суспільства» [6].

На думку, Н. І. Власюк, Т. В. Мединської, М.І. Мельник місцевий бюджет – це «сукупність економічних відносин, що виникають у зв'язку з утворенням і використанням фондів грошових засобів місцевих органів влади у процесі перерозподілу національного доходу з метою забезпечення розширеного відтворення та задоволення соціальних потреб суспільства» [5].

Аналіз наукової літератури дає підстави зробити висновок про відсутність єдиного підходу вчених щодо розуміння сутності поняття «місцевий бюджет».

Місцевий бюджет – це система формування, розподілу і використання фінансових ресурсів, яка забезпечує виконання органами місцевого самоврядування покладені на них функції та завдання. Він являє собою систему заходів організованих для соціального й економічного розвитку території і складається з двох частин – доходів та видатків. Отже, формування бюджету на місцевому рівні є одним з найважливіших питань для новостворених територіальних громад.

Розглянемо, яку частку займають доходи місцевих бюджетів у структурі доходів Зведеного бюджету України з 2019 по 2021 роки (рис. 1). Упродовж 2019-2020 рр. частка доходів місцевих бюджетів у структурі не перевищувала 20%.

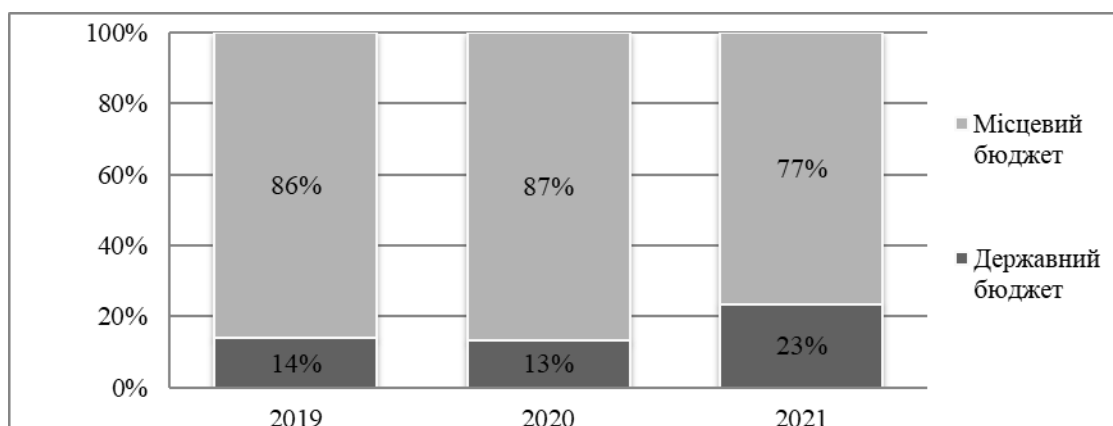


Рис.1. Структура доходів Зведеного бюджету України (без урахування міжбюджетних трансфертів), %*

*Джерело: розроблено автором на основі даних [10].

Частка доходів місцевих бюджетів підвищилась за останні три роки до 23%. У 2019 р. ця частка складала 14 %, у 2021 р. – 23 %, тобто вона зросла на 9%.

Розглянемо зміни у динаміці доходів місцевих бюджетів в Україні (рис. 2).

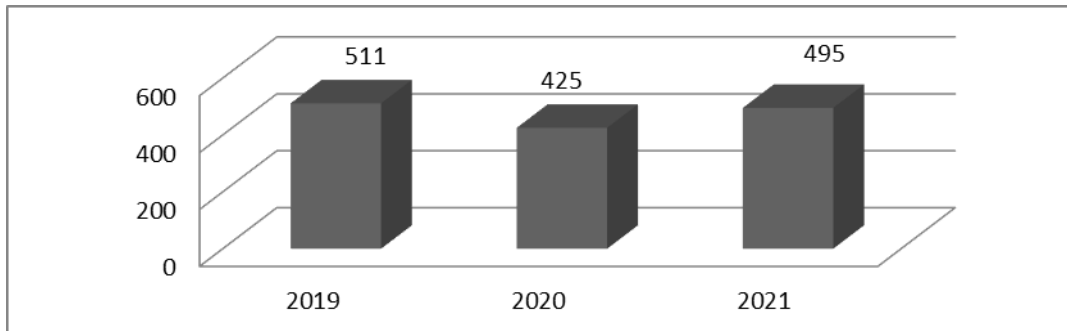


Рис. 2. Динаміка доходів місцевих бюджетів в Україні, млрд.грн*

* Джерело: розроблено автором на основі даних [9].

У 2019 р. частка доходів місцевого бюджету України була найбільшою і становила 511 млрд. грн. Однак у 2020-2021 рр. спостерігається зменшення надходжень до місцевого бюджету (на 16 млрд грн порівняно з 2019 р.). Пандемія Covid-19, яка розпочалася на початку 2020 р., значно вплинула на всі сфери економічної діяльності, що в підсумку позначилося на фінансовій спроможності територіальних громад виконувати власні та делеговані повноваження, реалізовувати стратегії розвитку.

Бюджет територіальної громади має виконувати низку функцій для забезпечення повноважень органів місцевого самоврядування через формування та розподіл фінансових ресурсів; здійснення контролю за фінансово-господарською діяльністю комунальних підприємств, організацій, установ, розташованих на території громади.

Як зазначає Чугунова І.Я. «доходи місцевих бюджетів є активною формою акумуляції певної частини фінансових ресурсів, які знаходяться у розпорядженні місцевих органів самоврядування. Також вони є складовою бюджетної системи держави, утворюючи систему фінансових відносин, що формується між місцевими та державними бюджетами, а також у межах місцевих бюджетів» [8].

Доходи територіальної громади мають бути достатніми для фінансування власних та делегованих повноважень органів виконавчої влади. До основних джерел формування дохідної частини територіальних громад належать податкові надходження, неподаткові надходження, дохід від операцій з капіталом та міжбюджетні трансферти. До складу податкових надходжень включають: загальнодержавні податки, закріплені за місцевими бюджетами, місцеві податки та збори (рис. 3).

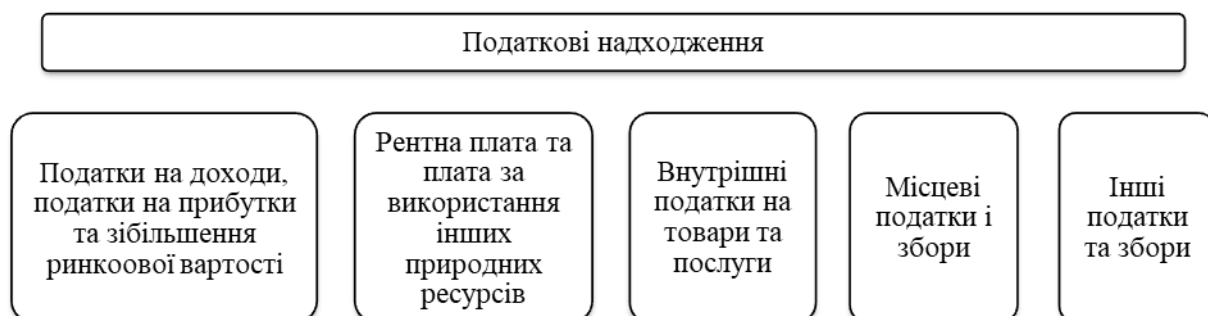


Рис. 3 Податкові надходження до місцевого бюджету*

* Джерело: розроблено автором на основі даних [2].

До бюджетів територіальних громад надходять лише частка деяких загальнодержавних податків і зборів. Серед податків, частина з яких доходить до громад: податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), податок на прибуток підприємств (ПНП), рентна плата за

використання природних ресурсів, акцизного податку на пальне, спирт тощо. Частка надходжень від кожного податку різна. Так, наприклад, з ПДФО до місцевого бюджету надходить 60%, з рентної плати за користування надрами – 3 %, з акцизного податку на пальне – 13,44%. Доходи, які формуються із загальнодержавних податків і зборів представляють собою величину, на яку органи місцевого самоврядування не мають безпосереднього впливу, оскільки такі елементи як ставка, податкові пільги, пропорції розподілу надходжень закріплені централізовано. Однак, якщо здійснити опосередкований вплив на місцевому рівні (створити робочі місця, підвищити інвестиційну привабливість території, контролювати використання природних ресурсів тощо), то ці заходи можуть спонукати зростання надходжень до місцевих бюджетів загалом. Непрямі методи підвищення податкових надходжень до бюджетів громад є цілком виправданим і актуальним стосовно місцевих податків і зборів, до яких, зокрема, належать: місцеві податки (податок на майно; єдиний податок); місцеві збори (збір за місця для паркування транспортних засобів; туристичний збір).

Розглянемо, яка частка належить податковим надходженням у загальній сумі доходів місцевих бюджетів України (табл. 1). Їх частка складала 61% у 2021 р., що на 36% більше ніж у 2019 р.

Таблиця 1

Структура доходів місцевих бюджетів України за видами надходжень, (%)

Показники	2019 р.	2020 р.	2021 р.
Податкові надходження	25	33	61
Неподаткові надходження	7	8	4
Доходи від операцій з капіталом	1	2	1
Міжбюджетні трансферти	68	57	33
Всього	100	100	100

Джерело: Розроблено автором на основі даних [9].

Ще одним джерелом доходів до місцевого бюджету є неподаткові надходження. Вони включають: прибутки комунальних підприємств; адміністративні збори та платежі; штрафи за порушення законодавства; доходи від некомерційної господарської діяльності; інші неподаткові надходження. Із таблиці 1 можна спостерігати те, що неподаткові надходження у загальній структурі доходів місцевих бюджетів займають незначну частку.

Міжбюджетні трансферти – це важливе джерело наповнення місцевого бюджету фінансовими ресурсами. Відповідно до законодавства «трансферти – це кошти, одержані від інших органів державної влади, органів місцевого самоврядування, інших держав або міжнародних організацій на безоплатній та безповоротній основі» [2]. Як показано у таблиці 1, за період 2019-2021 рр. міжбюджетні трансферти займають одне із лідируючих місць у загальній структурі доходів місцевих бюджетів. В умовах фінансової децентралізації, така тенденція є негативною, оскільки вони обмежують фінансову незалежність органів місцевого самоврядування.

Разом з тим, формування місцевих бюджетів в умовах фінансової децентралізації показує про обмежений рівень їхніх доходів. Місцевій владі важливо мати широкий перелік джерел та інструментів наповнення місцевих бюджетів. Враховуючи обмеженість ресурсної бази місцевого бюджету територіальних громад, одним із важливих напрямків їх діяльності має стати пошук альтернативних джерел фінансування та залучення грантових коштів для розвитку місцевого самоврядування та задоволення потреб жителів територіальної громади. Для пошуку альтернативних джерел фінансування, органи місцевого самоврядування

повинні регулярно проводити моніторинг офіційних сайтів донорських організацій та Інтернет-ресурсів, які містять узагальнену інформацію про грантові конкурси.

На відміну від доходів, видатки бюджету у переважній більшості потенційно можна віднести до бюджетних стимулів. Видатки місцевого бюджету – це економічні відносини, які виникають у зв'язку з фінансуванням власних і делегованих повноважень місцевих органів влади. Грошові кошти, які спрямовуються на фінансування економічної діяльності, інвестиційної та інноваційної діяльності, соціальної сфери та соціального захисту населення, на утримання органів управління та інші потреби складають матеріальну основу видатків бюджету.

У ході планування розрахункові обсяги видатків бюджету територіальних громад визначаються окремо по кожній з бюджетних галузей, зважаючи на загальний ресурс бюджету громади та пріоритетності здійснення видатків.

Джерелом фінансування видатків є як доходи, закріплені Кодексом за бюджетами ТГ, так і міжбюджетні трансферти з державного бюджету.

Бюджет складається із загального та спеціального фондів. До загального фонду включаються надходження, не призначені на конкретну мету, і є загальними ресурсами наповнення бюджету. Кошти загального фонду використовуються для фінансування основних функцій і завдань держави громади. Спеціальний фонд складається із власних надходжень, які мають цільове спрямування. Видатки із спеціального фонду здійснюються за рахунок конкретно визначених надходжень спеціального фонду на конкретну мету.

Як зазначається Бюджетному кодексі України, місцевий бюджет може включати також резервний фонд, необхідний для здійснення непередбачених видатків, що не мають постійного характеру і не могли бути передбачені під час складання проекту бюджету. Обсяг резервного фонду не повинен перевищувати одного відсотка обсягу видатків загального фонду відповідного бюджету. Кошти фонду використовуються для ліквідації наслідків або запобігання виникненню надзвичайних ситуацій (техногенного, природного, соціально-політичного характеру) та інших непередбачених заходів, за рахунок коштів місцевих бюджетів.

Розглянемо, яку частку займають видатки місцевих бюджетів у структурі видатків Зведеного бюджету України (рис. 4).

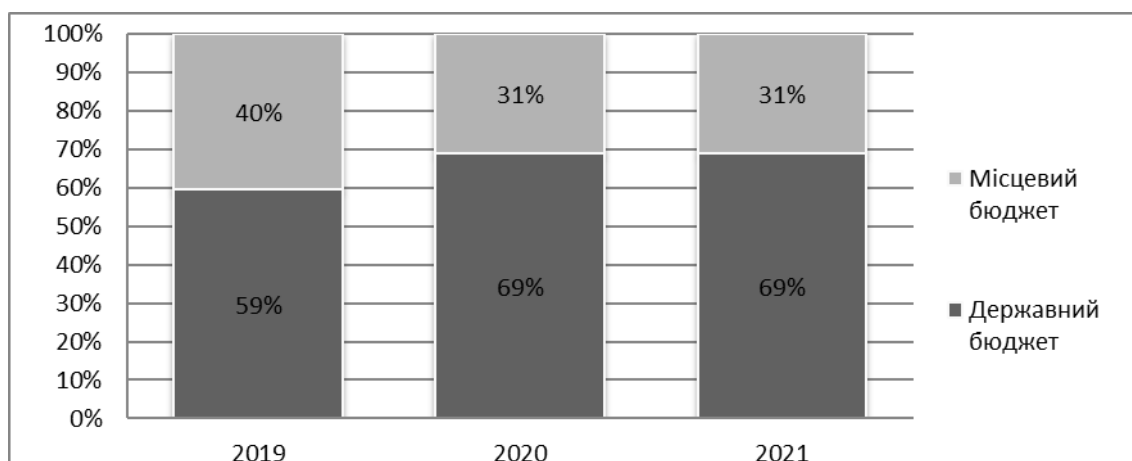


Рис.4. Структура видатків Зведеного бюджету України (без урахування міжбюджетних трансфертів), %

Джерело: Розроблено автором на основі даних [10].

Частка видатків місцевих бюджетів у структурі видатків Зведеного бюджету України у 2021 р. складала 31 %, що на 9 % менше ніж у 2019 р.

Внаслідок реалізації реформи фінансової децентралізації відбулась зміна обсягів і структури видатків місцевих бюджетів. Як показано на рисунку 5, динаміка видатків місцевих бюджетів в Україні має тенденцію до збільшення.

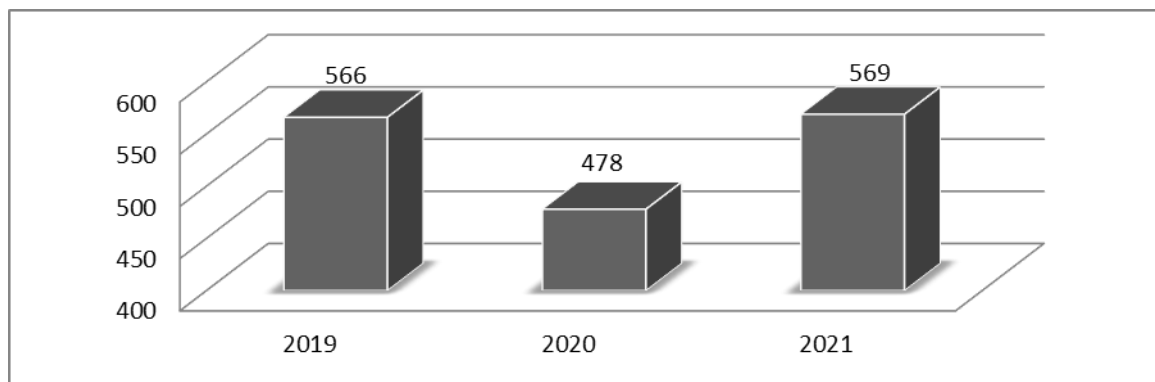


Рис. 5. Динаміка видатків місцевих бюджетів в Україні, млрд., грн.

Джерело: Розроблено автором на основі даних [9].

Пропонуємо розглянути і проаналізувати видатки місцевих бюджетів України за функціональною ознакою. Інформація про склад і структуру видатків бюджету наведено у таблиці 2.

Таблиця 2

**Склад і структура видатків місцевих бюджетів України у 2019-2021 рр.
(за функціональною класифікацією)**

Стаття видатків	Рік					
	2019		2020		2021	
	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%	млрд. грн.	%
Загальнодержавні функції	34	6,2	40	8,6	45	8,1
Громадський порядок, безпека та судова влада	1	0,2	1	0,4	1	0,3
Економічна діяльність	81	14,5	93	19,7	112	19,7
Охорона навколишнього природного середовища	3	0,6	2	0,5	2	0,4
Житлово-комунальне господарство	34	6,1	32	6,7	56	10,0
Охорона здоров'я	89	15,9	50	10,6	33	5,8
Духовний та фізичний розвиток	21	3,8	21	4,6	27	4,8
Освіта	187	33,0	199	41,7	249	43,8
Соціальний захист та соціальне забезпечення	103	18,2	23	5,0	28	4,9
Міжбюджетні трансферти	8	1,5	10	2,2	12	2,2
Разом	566	100	478	100	569	100

Джерело: Розроблено автором на основі даних [11].

Аналізуючи склад і структуру видатків, можемо стверджувати, що обсяг видатків місцевих бюджетів за досліджуваний період збільшився на 3 млрд. грн. Оцінюючи функціональну структуру видатків місцевих бюджетів в Україні, то протягом аналізованого періоду відбулись деякі зміни. Спостерігається збільшення питомої ваги фінансування

видатків на освіту – з 33,0% у 2019 р. до 43,8% у 2021 р. У складі видатків місцевих бюджетів вагома частка належить видаткам, що спрямовані на фінансування економічної діяльності (14,5% у 2019 р. та 19,7% у 2021 р.). Дещо зменшилось фінансування видатків на соціальний захист та соціальне забезпечення – з 18,2% у 2019 р. до 4,9% у 2021 р. Слід відмітити також, що за досліджуваний період скоротилися питома вага видатків на охорону здоров'я – з 15,9% у 2019 р. до 5,8% у 2021 р.

Результати аналізу показали, що видатки місцевих бюджетів в Україні мають тенденцію до зростання, причиною чого є зростання обсягів видатків на освіту як наслідок освітньої реформи; обсяг видатків на економічну діяльність також має тенденцію до збільшення, що позитивно відображається на соціально-економічному розвитку територій та інфраструктури громад.

Отже, бачимо, що фінансова децентралізація має позитивний вплив на забезпечення територіальних громад фінансовими ресурсами та можливість їх ефективного використання. Проте існує ряд проблем, які перешкоджають реалізації реформи децентралізації, необхідної для того, щоб створити умови забезпечення економічного розвитку адміністративно-територіальних одиниць.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Фінансова децентралізація є ефективним та дієвим засобом забезпечення фінансової самостійності та стійкості територіальних громад. В результаті реформи, органи місцевого самоврядування отримали повноваження та ресурси для розвитку своїх територій. Територіальні громади почали показувати високі та динамічні темпи приросту власних доходів. Що стосується використання коштів місцевого бюджету, то увага зосереджується на необхідності формування оптимальної структури видатків, здійсненні постійного аналізу витрачання бюджетних коштів тощо.

Реальний стан фінансового забезпечення органів місцевого самоврядування на виконання власних та делегованих центральним органом влади повноважень є надзвичайно складним. Аналіз даних підтверджує, що найбільша частка належить надходженням від загальнодержавних податкових платежів, які фактично не пов'язані зі власною діяльністю територіальних громад. З іншого боку, обсяг трансфертів у складі місцевого бюджету займає значну частку, що суперечить принципам бюджетної децентралізації та обмежує право органів місцевого самоврядування у повній мірі виконувати покладені на них функції та завдання, а також повноваження.

Можна стверджувати, що в умовах фінансової децентралізації, одним із важливих питань на сьогодні є побудова оптимальної моделі формування та використання коштів органів місцевого самоврядування. Для цього в Україні необхідно сприяти реалізації наступних заходів: розширити перелік власних доходів місцевого бюджету; посилити прозорість та гласність у процесі прийняття рішень у сфері формування та використання коштів місцевого бюджету; посилити інвестиційну складову місцевих бюджетів, без скорочення при цьому обсягів видатків місцевих бюджетів на соціальну сферу; здійснювати пошук альтернативних джерел фінансування місцевого бюджету, які сприятимуть підвищенню фінансової спроможності територіальних громад. Однак, основним в реалізації реформи децентралізації має стати зменшення ролі держави у фінансовому забезпеченні розвитку громад із паралельним створенням можливостей для зміцнення автономності місцевих бюджетів.

Джерела та література

1. Конституція України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 10.01.2022)
2. Бюджетний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> (дата звернення 11.01.2022)
3. Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 11.01.2022)
4. Бондарук Т.Г. Місцеві фінанси: навч. посіб. Київ. ДП «Інформ.аналіт. агентство». 2013. 529 с.
5. Власюк Н.І., Мединська Т. В., Мельник М.І. Місцеві фінанси: навч.посіб. Київ. Алерта. 2011. С. 328.
6. Кириленко О. П. Місцеві фінанси: навч. посіб. Київ. Знання. 2006. 667с.
7. Серьогін С.С. Реформування місцевих фінансів в умовах євроінтеграції. Аспекти публічного управління, Вип.30-31. 2016. С.87-96.
8. Чугунова І.Я. Бюджетно-податкова політика у системі регулювання економіки: монографія Київ: Глобус Пресс, 2018. 354 с.
9. Державна казначейська служба України. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua> (дата звернення 11.01.2022)
10. Ціна держави. URL: <http://old.cost.ua/> (дата звернення 11.01.2022)
11. Open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/> (дата звернення 11.01.2022)
12. Стащук О. В. Бюджетна ефективність територій в умовах децентралізації. Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки, 2021. № 4. С. 98-104. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2021-01-98-104>

References

1. Konstytutsiya Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
2. Byudzhetnyy kodeks Ukrainy. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17> [in Ukrainian].
3. Zakon Ukrainy «Pro mistseve samovryaduvannya v Ukraini». Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/280/97-%D0%B2%D1%80#Text> [in Ukrainian].
4. Bondaruk T.H. Mistsevi finansy: navch. posib. Kyiv. DP «Inform.analit. ahent-stvo». 2013. 529 p. [in Ukrainian].
5. Vlasyuk N.I., Medyn'ska T. V., Mel'nyk M.I. Mistsevi finansy: navch.posib. Kyiv. Alerta. 2011. P. 328. [in Ukrainian].
6. Kyrylenko O. P. Mistsevi finansy: navch. posib. Kyiv. Znannya. 2006. 667p. [in Ukrainian].
7. Ser'ohin S.S. Reformuvannya mistsevykh finansiv v umovakh yevrointehratsiyi. Aspekty publichnoho upravlinnya, Vyp.30-31. 2016. P.87-96. [in Ukrainian].
8. Chuhunova I.YA. Byudzhetno-podatкова polityka u systemi rehulyuvannya ekonomiky: monohrafiya Kyiv: Hlobus Press, 2018. 354 p. [in Ukrainian].
9. Derzhavna kaznacheys'ka sluzhba Ukrainy. Available at: <https://www.treasury.gov.ua/ua> [in Ukrainian].
10. Tsina derzhavy. Available at: <http://old.cost.ua/> [in Ukrainian].
11. Open budget. Available at: <https://openbudget.gov.ua/> [in Ukrainian].
12. Stashchuk O. V. (2021) Byudzhetna efektyvnist' terytoriy v umovakh detsentralizatsiyi. [Ekonomichnyy chasopys VNU imeni Lesi Ukrayinky - Economic Journal of Lesya Ukrainka University], 4. P. 98-104. <https://doi.org/10.29038/2411-4014-2021-01-98-104>

Стаття надійшла до редакції 26.01.2022 р.

Кошкіна Катерина,
аспірантка,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0001-8624-4759,
e-mail: ekateryna.1987.az@gmail.com

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-56-62>

СУПЕРЕЧНОСТІ ПРОЦЕДУРИ ПРОВЕДЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ МОНІТОРИНГУ ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Анотація. В дослідженні розкрито вимоги до проведення процедур публічних закупівель на принципах системності та постійності, які закріплені в Законі України «Про публічні закупівлі». Визначено ознаки системності та публічності в загальнонауковому розумінні та згідно регламентованого чинного законодавства. Описано етапи і алгоритм проведення процесу системного та постійного моніторингу публічних закупівель. Окреслено проблему невідповідності Закону України «Про публічні закупівлі» та Закону України «Про Державний фінансовий контроль в Україні» в питанні дотримання вимог виконання принципів системності та постійності моніторингу процедур публічних закупівель на всіх етапах їх здійснення визначеною законодавством Державною аудиторською службою.

Ключові слова: публічні закупівлі, моніторинг, принцип системності, принцип постійності, державний фінансовий контроль закупівель.

Koshkina Kateryna,
postgraduate,
Volyn National University named after Lesya Ukrainka,
Lutsk

LEGAL REGULATION OF MONITORING OF PUBLIC PROCUREMENT PROCEDURES

Abstract. The study reveals the requirements for public procurement procedures on the principles of systematic and consistent, which are enshrined in the Law of Ukraine "On Public Procurement". The signs of systematization and publicity in the general scientific sense and in accordance with the regulated current legislation are determined. The stages and algorithm of the process of systematic and continuous monitoring of public procurement are described. The problem of inconsistency between the Law of Ukraine "On Public Procurement" and the Law of Ukraine "On Public Financial Control in Ukraine" in compliance with the requirements of systematic and consistent monitoring of public procurement procedures at all stages of their implementation by the State Audit Office.

Key words: public procurement, monitoring, the principle of systematization, the principle of permanence, public financial control of procurement

Постановка проблеми та її значення. На сьогодні однією із головних вимог суспільства є ефективне використання фінансового ресурсу держави. Потреба у професійному державному фінансовому контролі за проведенням публічних закупівель не зменшується, а навпаки, щодень зростає, так як в процесі практичного здійснення закупівель виявляються неабиякі прогалини законодавства у цій сфері і виникає потреба їх усунення через зміни нормативно-правової бази.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями публічних закупівель і до, і після реформування законодавства, займалися фінансисти, економісти та правознавці, так як фінансова сфера держави повинна бути під всебічною опікою комплексних досліджень та висновків компетентних фахівців. Тому в даній праці ми спиралися, в першу чергу, на чинне законодавство, а далі – на праці В. Приходька, В. Онищенко, рекомендації Державної аудиторської служби України.

Мета і завдання статті. Метою нашого дослідження виступає вивчення процесу регулювання моніторингу публічних закупівель та виявлення суперечностей, які прямо впливають на виконання публічних закупівель на всіх її етапах.

Виклад основного матеріалу та обґрунтування необхідних результатів дослідження. Моніторинг публічних закупівель було впроваджено ще у 2018 році. Щоб зрозуміти суть процесу, слід звернутися до його глибинного означення і закладених в його зміст понять. Отож, за Юридичною енциклопедією під моніторингом розуміють систему постійного спостереження за явищами і процесами, що проходять в навколишньому середовищі, суспільстві, результати якого слугують для обґрунтування управлінських рішень по забезпеченню безпеки людей та об'єктів/суб'єктів (наприклад, економіки) [1]. З цього означення можемо виділити кілька важливих моментів, які формують загальне поняття моніторингу в сфері публічних закупівель, а це, саме, - системний характер цього процесу та постійність цього процесу.

Тобто, в самій суті процесу моніторингу закладено два принципи, яким слід дотримуватися при його здійсненні: системність та постійність.

У словниково-довідковій літературі система тлумачиться як значна кількість закономірно пов'язаних один з одним елементів (предметів, явищ, поглядів тощо), що становлять певне цілісне утворення, єдність; сукупність принципів, які є основою певного вчення, методу; порядок, зумовлений планомірним розташуванням частин у встановленому зв'язку, суровій послідовності; форма, спосіб організації чого-небудь; сукупність господарських одиниць, установ, споріднених своїми завданнями та організаційно об'єднаних у єдине ціле; сукупність споруд, машин, механізмів, які служать єдиній меті; те, що стало звичним, регулярним; технічний пристрій, конструкція. Найважливішими рисами системи є цілісність і розчленованість. Сукупність якісно визначених елементів становить зміст системи, сукупність закономірних зв'язків між елементами – внутрішню форму або структуру системи. Природа складових елементів і характер структури системи найрізноманітніші. Системи можуть утворювати окремі явища, процеси, що вступають між собою у взаємодію, виконують спільну функцію тощо, а також окремі думки, наукові положення, абстрактні об'єкти, між якими встановлені певні співвідношення, відношення, відповідності, підпорядкування, послідовності тощо [2, с. 76].

Визначені ознаки поняття «система» сприймаються науковцями як методологічні, що дозволяють при вивченні реальних цілісних об'єктів та процесів отримати доступ до їх суттєвих характеристик і зв'язків, які забезпечують функціонування і розвиток конкретних систем. Проте, методологією є не сама дефініція з її ознаками, а системний підхід, тобто «концептуальний процес декомпозиції цілісності на її головні складові і визначення їх ролі, функцій, регулятивних причинно-наслідкових зв'язків між ними, що забезпечують стабільне існування головної системи, а також адекватна практична діяльність по досягненню мети, тобто розвитку системи» [3, с. 2].

Суть поняття постійності [моніторингу] визначається Академічним тлумачним словником української мови як процес, «який не припиняється, не переривається, триває весь час; безперервний» [4].

Головна мета моніторингу в загальному його розумінні – «знімати показники стану об'єкта спостереження і виявляти розбіжності з плановими (або виявляти тенденції розвитку й передбачати майбутні стани). Адже виявлення таких розбіжностей важливе для своєчасного подолання або зменшення виявлених небажаних тенденцій у розвитку процесів» [5].

Згідно з пп.14 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про публічні закупівлі», «моніторинг процедури закупівлі – це аналіз дотримання замовником законодавства у сфері публічних закупівель під час проведення процедури закупівлі, укладення договору про закупівлю та протягом його дії з метою запобігання порушенням законодавства у сфері публічних закупівель» [6].

Тобто бачимо, що в самій дефініції законодавчого поняття моніторингу публічних закупівель упущено саму суть цього поняття (системність та постійність), які б значно розкрити потенціал моніторингу при виникненні суперечливих явищ і процесів. На нашу думку, означення п. 14 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про публічні закупівлі» мало б звучати так: «моніторинг процедури закупівлі – це систематичний та постійний аналіз дотримання замовником законодавства у сфері публічних закупівель під час проведення процедури закупівлі, укладення договору про закупівлю та протягом

його дії з метою своєчасного подолання або зменшення виявлених порушень законодавства у сфері публічних закупівель».

Аудитори на Прозоро можуть стежити за закупівлями замовників. Для цього є певний порядок здійснення моніторингу. Порядок моніторингу державних закупівель регулюється двома нормативними актами, а саме – ст. 8 Закону «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 р. № 922 [6] та Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» від 26.01.1993 № 2939 [7].

При цьому, на сьогодні у згаданому Законі «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» передбачено чотири види державного фінансового контролю, визначені ч. 2 ст. 2 Закону України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [7] (рис. 1):

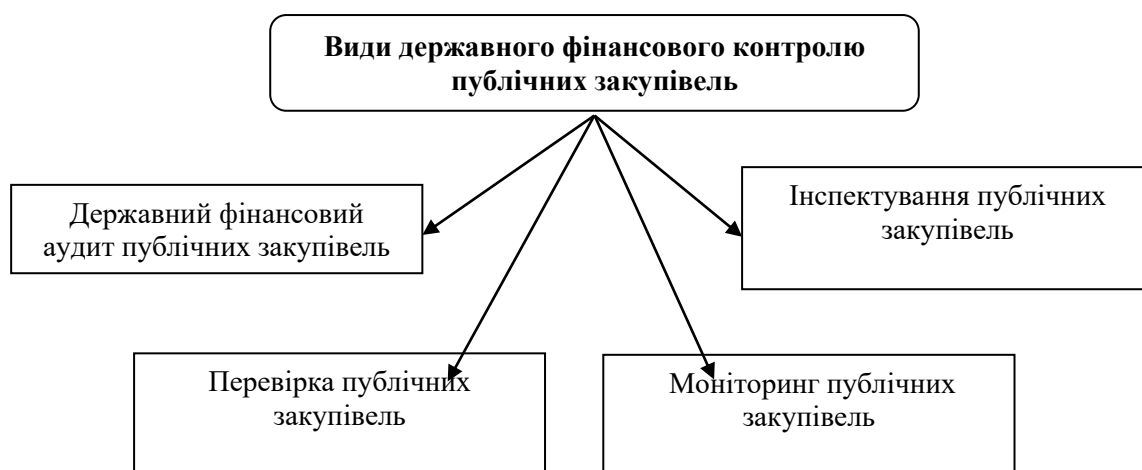


Рис. 1. Види державного фінансового контролю публічних закупівель в Україні*

Джерело: *Розроблено автором

У межах кожного з зазначених видів контролю перевіряють закупівлі в замовників.

На сьогодні органом державного фінансового контролю в Україні є Державна аудиторська служба України. Вона та її територіальні органи й здійснюють моніторинг державних закупівель (ч. 1 ст. 8 Закону «Про публічні закупівлі») [6]. На відміну від трьох інших видів контролю, таких як аудит, інспектування та перевірка, які проводять за місцезнаходженням підконтрольної установи чи за місцем розташування об'єкта права власності, моніторинг закупівлі здійснюють за місцезнаходженням органу державного фінансового контролю. Як зазначає В. Онищенко, Закон «Про публічні закупівлі» не передбачає чітких випадків, за яких здійснюється моніторинг закупівлі Державною аудиторською службою України, а за яких – її територіальними органами [8], і це, на нашу думку, може породити ряд суперечностей в підконтрольності процесів публічної закупівлі і здійсненні її системного та постійного моніторингу.

Загалом процес моніторингу публічних закупівель за принципами системності та постійності має здійснюватись за такою схемою (табл. 1).

Щоб уникнути затримок в системному та постійному моніторингу публічних закупівель, Державна аудиторська служба України може використовувати не тільки інформацію, що оприлюднена в електронній системі закупівель, а й інформацію, що міститься в єдиних державних реєстрах, та інформацію в базах даних, відкритих для доступу центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного фінансового контролю (ч. 2 ст. 8 Закону «Про публічні закупівлі» [6]). Тож законодавство радить замовникам перевіряти інформацію в єдиних державних реєстрах, доступ до яких є вільним.

Замовникам перевірок варто знати, що аудитори для моніторингу публічних закупівель можуть використовувати дані органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, замовників та учасників процедур закупівель, можуть отримати органи державного фінансового контролю у порядку, встановленому законом. При цьому моніторинг закупівлі будуть здійснювати протягом проведення процедури закупівлі, укладання договору про закупівлю та його виконання. Однак, моніторинг закупівлі не повинні проводити на відповідність тендерної документації вимогам ч. 4 ст. 22 Закону «Про публічні закупівлі» [6].

Таблиця 1

Алгоритм проведення моніторингу публічних закупівель*

Етапи моніторингу	Процес моніторингу	Центри відповідальності
1. Внесок	Чи забезпечуються своєчасна наявність фінансових ресурсів, персоналу та витратних матеріалів належної якості та у достатній кількості?	Чи відбувається щось, що може стати причиною для коригування плану виконання процедури?
2. Активність	Чи вкладається процедурна діяльність в рамки відведеного бюджету та часу? Чи призводить процедурна діяльність до очікуваних проміжних результатів?	
3. Проміжні результати	Як оцінюють ефективність роботи отримачі послуг?	Що є причиною затримок та непередбачених результатів?
4. Кінцеві результати	Чи дозволять проміжні результати досягти кінцевих результатів процедури?	
5. Мета моніторингу	Чи досягнуто мети процедури?	

Джерело: *Розроблено автором

Рішення про початок моніторингу закупівлі приймає керівник органу державного фінансового контролю або його заступник за наявності однієї або декількох із таких підстав (рис. 2):

Методику визначення автоматичних індикаторів ризиків, їх перелік та порядок застосування має затвердити Державна аудиторська служба України за погодженням із Мінекономрозвитку. Варто зазначити, що окремі підстави для моніторингу повторюють підстави для перевірки закупівель, передбачені чинним законодавством. Так, п. 4 Порядку проведення перевірок державних закупівель Державною фінансовою інспекцією та її територіальними органами з постанови КМУ від 01.08.2013 № 631 [9] передбачено як одну з підстав перевірки – відомості про порушення законодавства у сфері закупівель, що надійшли до Державної аудиторської служби, якщо не були надані пояснення та їх документальне підтвердження на обов'язковий письмовий запит контролюючого органу протягом трьох робочих днів із дня його надходження.

За результатами моніторингу закупівлі посадова особа органу державного фінансового контролю складає та підписує висновок про результати моніторингу закупівлі. Слід відмітити, що висновок має затвердити виключно керівник органу державного фінансового контролю або його заступник. Офіційний сайт Державної аудиторської служби України повідомляє, що «затвердження висновку іншою посадовою особою не буде відповідати закону».



Рис. 2. Підстави початку процедури моніторингу публічних закупівель згідно ст. 9 Закону «Про публічні закупівлі»*

Джерело: *Розроблено автором

Висновок підлягає оприлюдненню в електронній системі закупівель протягом трьох робочих днів з дня його складання». Надалі на сайті Державної аудиторської служби України йдуть поради щодо письмового оформлення висновку аудитора. Відмічено, що «у висновку аудитори мають обов'язково зазначити: найменування замовника, щодо якого здійснювався моніторинг закупівлі, його ідентифікаційний код юридичної особи в Єдиному державному реєстрі підприємств і організацій України, місцезнаходження; найменування предмета закупівлі та його очікувану вартість; унікальний номер оголошення про проведення процедури закупівлі, присвоєний електронною системою закупівель, та дату його оприлюднення на веб-порталі Уповноваженого органу та/або унікальний номер повідомлення про намір укласти договір та дату його оприлюднення на веб-порталі Уповноваженого органу; опис порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель, виявленого за результатами моніторингу закупівлі; зобов'язання щодо усунення порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель. Варто зазначити, що протягом п'яти робочих днів з дня оприлюднення органом державного фінансового контролю висновку замовник має оприлюднити через електронну систему закупівель інформацію та/або документи, що свідчать про усунення порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель, що викладені у висновку, або аргументовані заперечення до висновку, або інформацію про причини неможливості усунення виявлених порушень» [10].

Якщо Державна аудиторська служба підтвердить факт усунення замовником порушення (порушень) законодавства у сфері публічних закупівель, викладених у висновку, про що цей орган має зазначити в Прозоро протягом п'яти робочих днів з дня оприлюднення замовником відповідної

інформації в електронній системі закупівель, службова (посадова) особа замовника, уповноважена особа замовником не притягається до адміністративної відповідальності за порушення законодавства у сфері закупівель з порушень, які замовник усунув відповідно до висновку. Якщо замовник не усуне порушення, визначене у висновку, і таке порушення матиме негативний вплив для бюджетів, то Державна аудиторська служба України проводить перевірку закупівлі відповідно до Закону «Про публічні закупівлі» [6]. При цьому, як зазначає В. Онищенко, «керівник органу державного фінансового контролю або його заступник приймає рішення про призначення перевірки закупівлі. Це рішення Державна аудиторська служба України має оприлюднити протягом двох робочих днів з дня його прийняття. Процедура закупівлі та дія договору про закупівлю на період проведення моніторингу закупівлі не зупиняється» [8].

У разі незгоди замовника з інформацією, викладеною у висновку, нагадує автор, «він має право оскаржити висновок до суду протягом 10 робочих днів з дня його оприлюднення, про що зазначається в електронній системі закупівель протягом наступного робочого дня з дня оскарження висновку до суду. Таким чином, оскарження результатів моніторингу до суду – це право замовника» [8].

Висновок. Отже, моніторинг закупівель є унікальним заходом державного фінансового контролю, особливістю якого є відкритість та прозорість, позаяк основні дії як замовників, так і працівників Держаудитслужби під час моніторингу відображаються публічно в електронній системі закупівель. Вдосконалення потребують правові означення моніторингу як системної та постійної процедури, а не дії локального, одиничного характеру, які виконуються Державною аудиторською службою України. В цьому виникає дефініція, адже моніторинг – це постійна процедура перевірки, яка має на меті усунути чи зменшувати порушення чинного законодавства. А за Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні», моніторинг – це одна з процедур контролю, яку орган здійснює за повідомленнями, наданою інформацією і виявленими ознаками правопорушень. Тому протиріччя в системності та постійності з одного боку (за Законом України «Про публічні закупівлі») та за виявленими ознаками, повідомленнями та наданою інформацією (за Законом України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні») свідчать про абсолютно різний підхід і теорія системності і постійності перевірки органами Державного фінансового контролю абсолютно не виконується. Вбачаємо суперечку законодавчих актів одноклової ієрархії у цьому, що спонукає можливості до пропуску деяких публічних торгів і виявлення і попередження порушень, які можуть виникнути в процесі підготовки, проведення та виконання тендерного договору.

Джерела та література

1. Юридична енциклопедія : [у 6 т.]. ред. кол. : Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) [та ін.]. К. : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 2001. Т. 3 : К – М. 792 с.
2. Гончаренко С. У. Український тлумачний словник. К. : Либідь, 1997. 376 с.
3. Приходько В. Системний підхід до моніторингу якості освітньої діяльності загальноосвітнього навчального закладу. Теорія та методика управління освітою. 2012. № 9. С. 2.
4. Академічним тлумачним словником української мови (1970-1980). : <http://sum.in.ua/s/stalyj> (дата звернення 04.04.2022)
5. Моніторинг та оцінка результатів. Основи здоров'язбережної компетенції: Мультимедійний навчальний курс. : <http://multycourse.com.ua/ua/page/21/45>(дата звернення 04.04.2022)
6. Про публічні закупівлі : Закон України від 25.12.2015 № 922-VIII у редакції від 19.04.2020.
7. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні : Закон України від 26.01.1993 № 2939
8. Онищенко В. Моніторинг публічних закупівель. *Бухгалтер*. 27.07.2020. URL : <https://www.budgetnyk.com.ua/article/131-montoring-publchnih-zakupvel> (дата звернення 04.04.2022)
9. Порядок проведення перевірок державних закупівель Державною фінансовою інспекцією та її територіальними органами : Постанова КМУ від 01.08.2013 № 631.
10. Гострі кути моніторингу закупівель. Офіційний сайт Державної аудиторської служби України. 11.09.2020. : <https://dasu.gov.ua/ua/news/430> (дата звернення 04.04.2022)

References

1. Yurydychna entsyklopediya (2001) : [u 6 t.]. red. kol. : YU. S. Shemshuchenko (vidp. red.) [ta in.]. K. : Ukrayins'ka entsyklopediya im. M. P. Bazhana, . T. 3 : K – M. 792 s. [in Ukrainian].
2. Honcharenko S. U. (1997). Ukrayins'kyi tlumachnyy slovnyk. K. : Lybid'. 376 s. [in Ukrainian].
3. Prykhod'ko V (2012). Systemnyy pidkhid do monitorynhu yakosti osvitynoyi diyal'nosti zahal'noosvitn'oho navchal'noho zakladu. Teoriya ta metodyka upravlinnya osvityu. № 9. С. 2. [in Ukrainian].
4. Akademichnym tlumachnym slovnykom ukrayins'koyi movy (1970-1980). URL : <http://sum.in.ua/s/stalyj> [in Ukrainian].
5. Monitorynh ta otsinka rezul'tativ. Osnovy zdorov'yzberezhnoyi kompetentsiyi: Mul'tymediynnyy navchal'nyy kurs. URL : <http://multycourse.com.ua/ua/page/21/45> [in Ukrainian].
6. Pro publichni zakupivli : Zakon Ukrayiny vid 25.12.2015 № 922-VIII u redaktsiyi vid 19.04.2020. [in Ukrainian].
7. Pro osnovni zasady zdiysnennya derzhavnoho finansovoho kontrolyu v Ukrayini : Zakon Ukrayiny vid 26.01.1993 № 2939 [in Ukrainian].
8. Onyshchenko V (2020). Monitorynh publichnykh zakupivel'. Bukhhalter. 27.07.2020. URL : <https://www.budgetnyk.com.ua/article/131-montoring-publichnykh-zakupivel> [in Ukrainian].
9. Poryadok provedennya perevirok derzhavnykh zakupivel' Derzhavnoyu finansovoyu inspektsiyeyu ta yiyi terytorial'nyy orhanamy : Postanova KМУ vid 01.08.2013 № 631. [in Ukrainian].
10. Hostri kuty monitorynhu zakupivel'. Ofitsiynyy sayt Derzhavnoyi audytors'koyi sluzhby Ukrayiny. 11.09.2020. URL : <https://dasu.gov.ua/ua/news/430> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 19.05.2022

РОЗДІЛ IV

Управління та адміністрування

УДК 334.72:005-044.332

Levytskyi Viktor,
PhD in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of management and administration,
Lutsk, ORCID ID 0000-0001-8695-9690,
e-mail: lewiktorg@gmail.com

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-63-71>

MODELING OF BUSINESS PROCESSES ON THE BASIS OF BUILDING AN OPTIMAL SYSTEM OF COMPLEXING ADAPTIVE-ORGANIZATIONAL MECHANISM MANAGEMENT OF ENTERPRISES

The article is devoted to topical issues of research of peculiarities of business process modeling on the basis of construction of optimal system of complexing of adaptive-organizational mechanism of management. The study developed a scientific approach to business process modeling based on the use of complex adaptive-organizational management mechanism through simulation modeling of business processes based on matrix construction, which gives a more accurate assessment of the system and more fully describes the cause-and-effect relationship – «status-adaptation-management-status» on the enterprise. The researched description of the given functional dependences with use of a method of simulation modeling of business processes gives the chance to construct dynamics of forecast states of system of activity of the enterprise that will avoid erroneous decisions and will allow to construct subspace of management business-processes of the enterprise.

Key words: management, enterprise, modeling, business processes, management mechanism, system of complexing adaptive-organizational management mechanism.

Левицький Віктор,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра менеджменту та адміністрування,
м. Луцьк

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ НА ЗАСАДАХ ПОБУДОВИ ОПТИМАЛЬНОЇ СИСТЕМИ КОМПЛЕКСУВАННЯ АДАПТИВНО-ОРГАНІЗАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена актуальним питанням дослідження особливостей моделювання бізнес-процесів на засадах побудови оптимальної системи комплексування адаптивно-організаційного механізму управління. У дослідженні запропоновано науковий підхід на основі побудови оптимальної системи комплексування адаптивно-організаційного механізму управління підприємством та запропоновано структуру її дослідження. Дану систему комплексування можна описати у формі порівняльної матриці, ряди якої є набором виконуваних дій, спрямованих на зміну економічних показників системи, що відображають стан об'єктів адаптивно-організаційного механізму управління. Сутність її полягає в тому, що управлінські дії призводять до зміни параметрів об'єктів системи, у результаті чого об'єкти і система переходять з одного стану в інший через систему комплексування. Проаналізовано, що використання системи комплексування адаптивно-організаційного механізму управління дає більш точну оцінку стану системи та більш повно описує причинно-наслідковий зв'язок «стан-адаптація-управління-стан». Наведені характеристики системи про структурно-

функціональний взаємозв'язок об'єктів дозволяють зрозуміти можливий стан виділених об'єктів управління та системи в цілому записати у формі матриці станів. На підставі значень даних точок матриць, застосовуючи для вимірювання фінансової діяльності методи багатовимірної аналізу, можна отримати універсальну міру (вимірювач) і величину відмінності економічного стану господарюючих об'єктів, а також встановити збіг або близькість їх до деяких заданих характеристик ефективності його бізнес-процесів через моделювання та використання побудованої системи комплексуювання адаптивно-організаційного механізму управління підприємством. На основі правил й структури моделі побудована повна функціональна модель бізнес-процесів, що дозволяє пов'язати структуру та реальні об'єкти, виробничу систему й системи комплексуювання адаптивно-організаційного механізму управління. Таким чином, отриманий у дослідженні опис наведених функціональних залежностей дозволяє методом імітаційного моделювання побудувати динаміку прогнозних станів системи показників діяльності підприємства та визначити ймовірнісні прогнозні значення показників фінансово-економічного стану, що дозволить уникнути помилкових рішень та дасть можливість побудувати підпростір управління системою комплексуювання адаптивно-організаційного механізму управління, що відповідає вимогам раціональності та ефективності організації бізнес-процесів підприємства.

Ключові слова: управління, підприємство, моделювання, бізнес-процеси, управлінський механізм, система комплексуювання адаптивно-організаційного механізму управління.

Formulation of the problem. Management of any object is a set of techniques and methods of influencing it to achieve goals. Financial resources can be considered both as an object and a subject of management, it is obvious that they play an active role in managing a particular socio-economic system of any enterprise, while simulating business processes based on effective adaptive and organizational management mechanism ensures its long-term socio-economic sustainability and development. Moreover, if in carrying out financial and economic activities the company has the main purpose - the collection, registration and processing of data contained in financial and economic transactions, financial management includes means and methods of regulating profit and loss, determining the state of facilities on the basis of building optimal complexing systems.

The analysis of researches and publications. Analysis of the development of management theory and practice shows that the problems of using the optimal system of complex adaptive-organizational management mechanism occupied a significant place in the works of domestic and foreign scientists, but studies of their impact on business processes have not been researched sufficiently.

Studies have been devoted to the development of management issues: I. Ansoff, M. Butko, V. Didenko, T. Dyachenko, M. Yokhna, O. Kuzmina, L. Skibitska, F. Khmil [1-3, 5].

The activity of enterprises on the formation of adaptive-organizational management mechanism based on the impact on business processes of the enterprise were partially studied in the works of I. Blank, G. Kindratskaya, O. Malikov, G. Monastyrsky, A. Podderiyogina, V. Sheludko [4, 7-8, 10].

Analyzing the features of modern approaches to the formation of the optimal system of complexing adaptive-organizational management mechanism based on modelling business processes of the enterprise, it should be noted that in they have insufficiently developed this system, which reflects the relevance of our chosen research topic.

The purpose of the work. The main purpose of the article is to form an optimal system of complexing the adaptive-organizational mechanism of management on the basis of scientifically sound theory of modelling business processes of the enterprise.

Presentation of the main research material. The system of complexing the adaptive-organizational management mechanism (hereinafter – SKAOMU) in most cases is based on the effective management of the financial system as a benchmark, which is considered in relation to the adopted management policy of a particular enterprise. In this case, SKAOMU analyzes the activities of various parts of the financial system, provides sound proposals to address identified shortcoming and provides recommendations for improving the efficiency of financial management.

In this case, SKAOMU analyzes the activities of various parts of the financial system, provides sound proposals to address identified shortcomings, provides recommendations for improving the efficiency of financial management.

First of all, it is worth considering the general aspects of SKAOMU, including the whole set of management objects. In our opinion, the SKAOMU model has the following structure: 1) the SKAOMU

object, 2) the criteria for the effectiveness of the state or functioning of the SKAOMU object, 3) the SKAOMU methodology. It is schematic, due to the fact that information overload can lead to difficulties in practical use. In this case, it is useful to compare the current state of affairs with the criteria of efficiency and our proposed model.

From the standpoint of management, the analysis of activities is an integral part of the management of the organization and performs the functions of standard (checking the status) of management structures and the object of management. This procedure should ensure the adjustment of management structures, the provision of various production facilities, economic and financial services with relevant regulations (rules) that establish certain management algorithms and their compliance with regulations [2, p. 334].

From these positions, the content of the construction of SKAOMU can be implemented through:

1. Analysis of organizational and regulatory documents governing the provision of commercial loans to customers (buyers).

2. Determining the level of actual implementation of the proposed regulations, namely:

- the presence of appropriate sanctions (visas) on the documents;
- availability of materials indicating the analysis of the financial condition (solvency) and business integrity of customers;
- compliance of the amounts and terms of loans with the established risk groups of customers or creditworthiness standards.

3. Assessment of the qualification structure and level of knowledge of economic and managerial staff, the actions of decision-makers and the relevance of these decisions to emerging situations.

In our opinion, the objects of SKAOMU can be the procedures of making managerial decisions of a financial nature and the distribution of powers of management staff using the system of information support for decision-making, and the criteria of effectiveness are:

- decision-making procedures and division of powers;
- division of powers of managers and decision-making procedures on financial issues that meet the basic principles of internal control, meet the organizational structure of the enterprise, goals and strategies of its development, providing a flexible response to rapidly changing external conditions;
- the decision-making system can be considered effective (conditionally) if it has led to at least the following results:

- sustainable income flow in the long run;
- increase in return on assets, equity and total capital;
- growth of market value and profitability of shares;
- high social results in the part relating to employees of the enterprise and members of their families;
- achieving optimal (regulatory) values of specific sectoral socio-economic indicators.

This system can be described as a comparative matrix, the series of which is a set of actions aimed at changing the economic performance of the system, reflecting the state of the adaptive-organizational management mechanism. That is why the new economic state of the system under this management (regulation) is solely the result of this regulation [7, p. 186]. Its essence is that management actions change the parameters of system objects, as a result of which objects and the system move from one state to another. On the other hand, the use of the system of complexing adaptive-organizational management mechanism gives a more accurate assessment of the state of the system and more fully describes the cause-and-effect relationship «status-adaptation-management-status». Therefore, the characteristics of the system on the structural and functional relationship of objects allow to understand the possible state of selected control objects and the system as a whole to write in the form of a matrix of status, a generalized view (composition and indicators) are presented in table 1.

Table 1

Matrix status of objects of the enterprise management system*

№ п/п	Content of works (P _i)	Targets Indicators, Pch	Economic indicators in achieving goals					
			PE ₁	PE ₂	PE ₃	PE ₄	PE ₅	PE ₆
1	Expansion of production (P ₁)	Pch ₍₁₎	PE ₁₁	PE ₁₂	PE ₁₃	PE ₁₄	PE ₁₅	PE ₁₆
2	Commissioning of new equipment (P ₂)	Pch ₍₂₎	PE ₂₁	PE ₂₂	PE ₂₃	PE ₂₄	PE ₂₅	PE ₂₆
M	Application of research works (P _m)	Pch _(m)	PE _{m1}	PE _{m2}	PE _{m3}	PE _{m4}	PE _{m5}	PE _{m6}

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [1, 3]

Table 1 adopts the following notations: Pch(1) – target indicator (estimated management indicator) that can be achieved during the implementation of works (Pi);

PE1 – the name of the selected economic indicator of activity, which reflects the performance of the i-th work; PE (ij) = {PE (11), ..., PE (16) PE (21), ..., PE (26),..., PE (m6)} – the value of the j-th economic indicator that reflects.

For example, for the selected simulation fragment of the situation shown in Table 1, shown by a limited set of Pch (i) = {Pch (1), Pch (2), ..., Pch (6)} as a target, the value of labor productivity resulting from the expansion of production (P1) can be selected (see Table 2).

Table 2

Economic indicators that reflect the status of the objects of the management system*

Indicators	Name of indicators
PE_1	The amount of investment, external loans
PE_2	Change in assets
PE_3	Changing the cost of raw materials, energy and other factors of production
PE_4	Change in the cost and price of products (services) produced
PE_5	Change in the amount of wages
PE_6	Time intervals of achievement of the set productivity and payback of investments (investments)

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [1, 4]

The given example of formation of values of target and economic indicators shows that application of matrix descriptions of a condition of objects and system allows to solve three interrelated problems:

- formation of an assessment of the socio-economic condition of the system, which reflects the result of specific work;
- definition of criterion space, which allows to establish multi-place relationships between sets of estimates;
- construction of the initial information base, which implements the development and adoption of appropriate management decisions through the construction of a system of complexing adaptive and organizational mechanism of enterprise management.

Analysis of the introduced rules and the proposed structure (objects, relationships) of the management system show that in general the totality of all forms of interaction can be described in the form of three related models, namely: real objects of the economic system, including factors of production, equipment and actions with the model of business process description; objects of primary management through the complexation of adaptive-organizational mechanism of management; objects and systems of reflections through the formation of socio-economic stability of the enterprise. The real objects of such a system give rise to real objects of management and adaptation to changes in the internal and external environment of the enterprise.

In turn, the real objects of management, in addition to the named real objects of production and economic activity, include cost indicators (cost of fixed assets, costs, profits), reflecting the business processes of production (services) [3-5].

Table 3

System model of real subject area and its paired mappings*

Formulas	Variables	Interpretation
$S^M_\phi = \langle R^{\phi}_{(i)}, A^{\phi}_{(i)}, T \rangle \ i \in I$	S^M_ϕ $R^{\phi}_{(i)}$ $A^{\phi}_{(i)}$	A system of relationships that describes the real objects and processes of the subject area Real objects of the subject area n-place relations (operations) in the space of real objects of the subject area... at $i = 1, n$.

continuation of Table 3

Formulas	Variables	Interpretation
$S^{np}_i = \langle R^{np}_i, A^{nh}_{i(j)}, T \rangle$	S^{np}_i $A^{nh}_{i(j)}$ R^{np}_i	A system of relations that describes the information objects of the real system that form the primary management system. Information objects (Io), which are presented in the form of mapping objects of real systems in the information space (Io – objects of the subject area of management) m-local relations (operations) of information objects (Io-objects) of information spaces by $J = 1, m$.
$S^{\delta y}_i = \langle R^{\delta y}_{i(j)}, A^{\delta y}_{s(j)}, T \rangle, (j \in J)$	$S^{\delta y}_i$ $A^{\delta y}_{s(j)}$ $R^{\delta y}_{i(j)}$	A system of relations that describes the information objects of the real system (information processes of the subject area, which form a management system based on business process modeling. Information objects, which are presented in the form of displaying information objects of the primary area in the information space m-local relations (operations) of information objects of the information space at $j = 1, \dots, m$.
$S^{yy}_i = \langle R^{yy}_{i(j)}, A^{yy}_{i(j)}, T \rangle, (j \in J)$	S^{yy}_i $A^{yy}_{i(j)}$ $R^{yy}_{i(j)}$	The system of relations, which describes the information objects and processes of the subject area, which form the management system through the system of complexing the adaptive-organizational management mechanism. Information objects, which are presented in the form of mappings of Io - objects of the primary subject area and Io objects of management in the information space m-local relations (operations) of information objects (Io - objects) of the information space of the management space at $j = 1, \dots, m$.
$S^{yy}_{ipo} = \langle R^{yy}_{ipo(j)}, A^{yy}_{ipo(j)}, T \rangle, (j \in J)$	S^{yy}_{ipo} $A^{yy}_{ipo(j)}$ $R^{yy}_{ipo(j)}$	The system of relations, which describes the calculated information objects of the management system, which together with form a system of government through the formation of socio-economic stability of the enterprise. Settlement information objects (Io - objects), which are presented in the form of display Io - objects of the primary subject area and Io objects of management of information space of settlement Io - objects of management m-local relations (operations) of settlement information objects (Io - objects) of the information space of management at $j = 1, \dots, m$.

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [1, 3-4, 8-10]

Using the mathematical apparatus of systems theory allows a formal description of the relationships named objects of the subject area, the system of complexing adaptive-organizational control mechanism to write in the form of system mappings of the form (see Fig. 1):

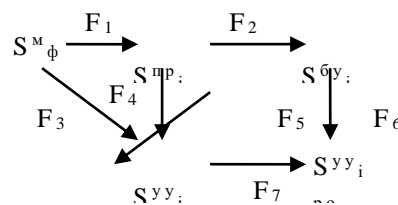


Fig. 1. Modeling the relationship of subject information areas*

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [8-10]

In fig.1 we shows the set of functional relationships of a set of objects that constitute the essence of the different areas of management that form the system of communication of control objects, described in table 4.

Table 4

Contents of functional connection mappings of SKAOMU objects*

Communication	Description of connections
$F_1 : S^M_\phi \rightarrow S^{np}_i$	Formation of primary information objects of the subject area, based on many objects and actions of the real management system.
$F_3 : S^M_\phi \rightarrow S^{yy}_i$	Formation of primary information objects of the subject area of management on the basis of many objects and actions of the real system, the composition and structure of which are determined by the requirements of means and methods of managing the activities of a particular object.
$F_2 : S^{np}_i \rightarrow S^{6y}_i$	Formation of adaptation management information objects on the basis of information objects of the primary area.
$F_4 : S^{np}_i \rightarrow S^{yy}_i$	Formation of information objects of management on the basis of information objects of the primary area.
$F_5 : S^{6y}_i \rightarrow S^{6y}_{np}$	Formation of management information objects based on management information objects through business process modeling.
$F_6 : S^{6y}_i \rightarrow S^{yy}_{np}$	Formation of settlement information objects of management on the basis of information objects of management through the system complexing of the adaptive-organizational mechanism of management.
$F_5 : S^{yy}_i \rightarrow S^{yy}_{np}$	Formation of settlement information objects of management through formation of social-economic suitability of the enterprise

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [3-4, 8-10]

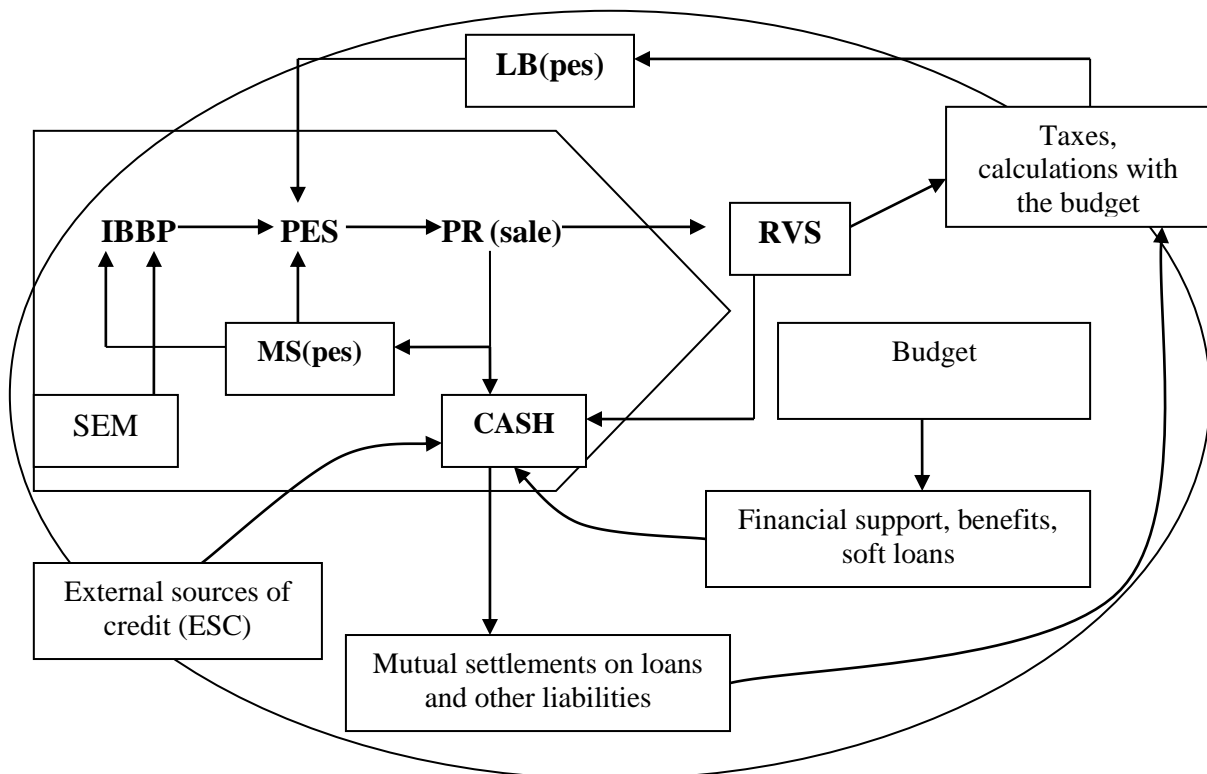


Fig. 2. Modeling the structure of business processes on the basis of SKAOMU*

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [3-4, 6, 8-10]

In this model (see Fig. 2) the following objects are offered: IBBP – input base of business processes of the system, including factors of production (raw materials, labor, etc.), money, capital investments; PES – production and economic system, including organizational and production, technological, financial and economic structures that ensure the production and sale of products (services); PR(sale) – products (services) of the production-economic system and its implementation in kind; MS(pes) – management system (means, methods, objects) of the production and economic system; LB(pes) – legislative, regulatory framework, regulatory activity of the production-economic system; RVS – revenue from sales of products (services) in value terms; CASH – cash after taxes and other payments to the budget, which remain the property of the production and economic system; SEM – suppliers of equipment, raw materials, energy resources, including research, know-how. The relationship between production, economic and internal management is described in table 5.

Table 5

Objects and interrelation of business processes and systems of integration of adaptive-organizational management mechanism*

Object and relationship	Interpretation
$IBBP \rightarrow SEM \rightarrow PR(sale)$	Production process, production and economic, financial activities, obtaining products (services) - technology, equipment, personnel, raw materials.
$PR(sale) \rightarrow RVS$	Sales of goods – money
$PR(sale) \rightarrow MS(pes)$	Information flows about the state of business processes
$MS(pes) \rightarrow SEM$	Management of processes for the production of products and services, including technology, production and economic activities
$MS(pes) \rightarrow IBBP$	Management of factors of production
$MS(pes) \rightarrow RVS$	Sales revenue management
$MS(pes) \rightarrow CASH$ $CASH - IBBP, CASH, -SEM$	Management of own funds, their distribution to production and payments on debts to suppliers

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [2, 6, 8-10]

Based on the rules and structure of the model, a complete functional model of business processes can be built, which allows to connect the structure and real objects, production-economic system and systems of adaptive-organizational management mechanism.

It is worth noting that the relationship of objects described by means of functional reflections link the business processes of the enterprise and various areas of management adaptation.

In general, examples of fragments of the formation of management objects and related objects of management accounting, depending on the tasks of modeling business processes of the enterprise (in relation to the model) can be described by a set of «tasks - management - adaptation - result» in table 6.

Table 6: OM - objects of management; EI - estimated indicators, including indicators of non-economic nature, AOM - objects of adaptive-organizational management.

The analysis of the given objects of management allows to draw the following basic conclusions. The assessment of the state of modeling of business processes of the system can be represented by a set of objects grouped by functional feature. The resulting management objects may not coincide with the objects of adaptive and organizational management. Objects of the adaptive-organizational mechanism of management (OAOMM), which are calculated indicators, can be obtained by calculations from the primary objects of OM, OM and AOM, and from objects obtained through the use of other calculated indicators, obtained by grouping type «OM – OM and AOM».

All management objects obtained through the use of business process modeling objects have legal force, at the same time these objects obtained on the basis of the use of relations and functional dependencies of the type «OM – EI – OM, AOM», have legal force exclusively for the management staff of a particular management system, where EI (OM) is a calculated indicator obtained from operations on OM.

The accepted statements apply to the case of construction and use of functional dependencies that form a business process model based on the construction of an optimal system of complexing adaptive-organizational mechanism of enterprise management. On the other hand, the choice of calculated indicators of functional model relations makes it possible to build a space of resulting dependencies that reflect the economic state of the production system, to assess current and forecast values on the basis of which to form a system of management decisions.

Table 6

Complexation of the system of adaptive-organizational management mechanism on the basis of business process modeling*

Name of tasks	Objects of management	Objects adaptive-organizational management
Provision of labor resources	OM	OM, AOM
Logistics	OM	OM, AOM
Sales	OM	OM, AOM
Production preparation	OM	OM, AOM
Organization and implementation of production and services	OM	EI
Organization and implementation of accounting and reporting	OM	OM, AOM
Technical preparation of production and capital construction	OM	OM, AOM
Financial and economic preparation of production	OM	OM, AOM
Marketing and sales forecasting (analysis of counterparties, competitors, markets)	OM	EI
Execution of auxiliary works (provide the production cycle)	OM	OM, AOM
Formation and implementation of operational management accounting	OM	EI
Planning and control	OM	OM, AOM
Conducting external financial transactions	OM	OM, AOM
Organization and conduct of investment activities	OM	OM, AOM

*Source: modified and compiled by the author based on the analysis of [2, 5-7, 9-10]

Conclusions from the research. From the formal point of view, the values of the coefficients can be considered as points of multidimensional criterion space. Based on the values of these points, using methods of multidimensional analysis to measure financial performance, you can get a universal measure (meter) and the magnitude of differences in economic condition of economic objects, as well as to match or proximity to some specified characteristics of its business processes.

On the other hand, the interval measurement of SKAOMU and the determination of the estimated financial indicators of the economic unit, which are carried out in the process of its operation, makes it possible to build a volume-time graph (trajectory in time) of financial condition. Based on functional dependencies such as «financial condition – SKAOMU – management».

Thus, the obtained description of the above functional dependences allows the method of simulation to build the dynamics of the predicted states of the system. Determining the probabilistic forecast values of indicators of financial and economic condition will avoid erroneous decisions and provide an opportunity to build a subspace of management SKAOMU that meets the requirements of rationality and efficiency.

Джерела та література

1. Бутко М. П. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2016. 376 с.
2. Діденко В.М. Менеджмент : підручник. Київ : Кондор, 2009. 854 с.
3. Дяченко Т.О. Основи менеджменту : навч. посіб. Київ : Кондор, 2010. 176 с.
4. Кіндрацька Г. І. Стратегічний менеджмент : навч. посіб. Київ : Знання, 2006. 366 с.
5. Кузьмін О. С., Мельник О. Г. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2003. 416 с.

6. Левицький В.В. Інтегрований підхід до формування моделі прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Економіка та суспільство*. 2021. №26. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-22>
7. Монастирський Г.Л. Теорія організації : навч. посіб. Київ : Знання, 2008. 319 с.
8. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2008. 536 с.
9. Шандова Н.В. Методологія та практика управління стійким розвитком промислових підприємств : монографія. Херсон : ХНТУ, 2014. 424 с.
10. Шелудько В. М. Фінансовий менеджмент : підручник. Київ : Знання, 2013. 375 с.

References

1. Butko, M. P. (2016). *Stratehichnyi menedzhment [Strategic management]*. Kyiv : Centr uchbovoji literatury [in Ukrainian].
2. Didenko, V.M. (2009). *Menedzhment [Management]*. Kyiv : Kondor [in Ukrainian].
3. Diachenko, T.O. (2010). *Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]*. Kyiv : Kondor [in Ukrainian].
4. Kindratska, H. I. (2006). *Stratehichnyi menedzhment [Strategic management]*. Kyiv : Znannya [in Ukrainian].
5. Kuzmin, O.Ye., & Melnyk, O.H. (2013). *Osnovy menedzhmentu [Fundamentals of management]*. Kyiv : Akademydav [in Ukrainian].
6. Levytskyi, V.V. (2021). Intehrovanyi pidkhid do formuvannia modeli pryiniattia upravlinskykh rishen na pidpriemstvi [Integrated approach to formation of the model of management decisions at the enterprise]. *Ekonomika ta suspilstvo - Economy and society*, №26. DOI : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-22> [in Ukrainian].
7. Monastyrskiy, H.L. (2008). *Teoriia orhanizatsii [Theory of organizations]*. Kyiv : Znannya [in Ukrainian].
8. Poddierohin, A.M. (2008). *Finansovyi menedzhment [Financial management]*. Kyiv : Znannya [in Ukrainian].
9. Shandova, N.V. (2014). *Metodolohiia ta praktyka upravlinnia stiikym rozvytkom promyslovykh pidpriemstv [Methodology and practice of sustainable development management of industrial enterprises]* : monohrafiia. Kherson : KhNTU [in Ukrainian].
10. Sheludko, V. M. (2008). *Finansovyi menedzhment [Financial management]*. Kyiv : Znannya [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2022 р.

УДК 159.922 + 316.475

Yushchyshyna Larysa,
Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Management and Administration,
Lutsk, ORCID ID 0000-0001-8926-7577,
e-mail: yushchyshyna.larysa@vnu.edu.ua

Turkin Kateryna
Student,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Economy and Management,
Lutsk

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-72-80>

FACILITATIVE TECHNIQUES AS AN EFFECTIVE MEANS ADJUSTMENT OF GROUP DISCUSSION

The article reveals the practical effectiveness of facilitation. The main methods of the facilitator work are singled out. Facilitation mechanisms are proposed, which are focused on individual motivation, comfortable work in a group, providing the opportunity to express one's opinion, and improving approaches through discussion. The main tasks of the facilitator are defined and recommendations on intensification of group work are given. It is proved that the key to facilitating the communication process is the organization of space, attracting and promoting the potential of individual students and the group as a whole, as well as supporting participants in achieving their goals. The effectiveness of the transition to facilitative methods in order to effectively establish group discussion and increase the efficiency of any group on the way to achieving goals.

Key words: facilitation, facilitative methods, group discussion, group work, communication, dialogue, discussion, comfortable space.

Ющишина Лариса
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра менеджменту та адміністрування,
м. Луцьк,

Туркін Катерина,
здобувачка вищої освіти,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
факультет економіки та управління,
м.Луцьк ,

ФАСИЛІТАТИВНІ МЕТОДИКИ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ ЗАСІБ НАЛАГОДЖЕННЯ ГРУПОВОГО ОБГОВОРЕННЯ

У статті показано, що до проблем, які вимагають глибокого дослідження, відноситься проблема розробки ефективних форм роботи з групою для ухвалення рішень підвищеної складності чи важливості. Сьогодні, коли зміни стають циклічними та безперервними, діалогічний організаційний розвиток і партисипативне управління сприяють виявленню проблем та визначенню основних напрямків їх вирішення. І саме технологія фасилітації дозволяє допомогти організаціям розробляти, впроваджувати і транслювати зміни, організовуючи креативні наради та стратегічні сесії, спрямовані на вироблення нових рішень і підходів, вирішувати конфлікти і розбіжності.

Робота з людьми – це не лише планування, пошук інформації, розробка методик, звітність. Це, перед усім, емоції, відчуття та власні рефлексії. Особливість і наукова цінність статті у врахуванні цих чинників і аналізі фасилітативних методів побудови зв'язку з людьми. Напевно, кожна сфера діяльності має свій колорит, свою окрему мову, що складається іноді з незрозумілих, і разом з тим, ніби наділених особливим змістом слів. Для

спікерів / тренерів / тьюторів одним з таких слів є «фасилітація». Під цим терміном розуміється супровід групового процесу, що направлений на ефективну комунікацію, прояснення та досягнення поставлених цілей. У фасилітації процесу комунікації ключовими є організація простору, залучення та сприяння розкриттю потенціалу окремих слухачів та групи в цілому, а також підтримка учасників у реалізації їхніх цілей.

Обґрунтовано ефективність переходу до фасилітативних методів з метою ефективного налагодження групової дискусії та підвищення ефективності роботи будь-якої групи на шляху до досягнення цілей. Виокремлено основні методи роботи фасилітатора. Запропоновано механізми фасилітації, які орієнтовані на індивідуальну мотивацію, комфортну роботу в групі, надання можливості висловлювати свою думку, удосконалення підходів через дискусію. Визначено основні завдання фасилітатора та надано рекомендації щодо інтенсифікації групової роботи. Доведено, що запорукою полегшення процесу спілкування є організація простору, залучення та просування потенціалу окремих слухачів і групи в цілому, а також підтримка учасників у досягненні поставлених цілей.

Ключові слова: фасилітація, фасилітативні методики, групове обговорення, робота з групою, комунікація, діалог, дискусія, комфортний простір.

Formulation of the researched problem and its significance. Nowadays, people face a huge number of different situational problems that need to be solved. The culture of group discussion is present everywhere: in politics, business, science, learning, and so on. The group discussion format allows you to quickly generate many ideas, instantly hear their evaluation, refine, find shortcomings and choose the best ones. In addition, participation in a group discussion allows a person to delve much better into the topic and listen to alternative opinions.

There are still a large number of supporters of the «dry» version of working with people. People of such views are limited to presenting the material, articulating their requirements, expecting results from completely psychologically uncoordinated and unprepared people. Obviously, then frustration and finding the causes of failure in others, not in methods of work. It is important to understand that any process of exchanging opinions can be difficult: some theses of some people can be rejected by others and lead to contradictions, which immediately makes communication destructive, some people have modest behavior and may not find enough confidence to speak, some just do not hear others, being sure of their rightness. Therefore, the most important thing in group conversations is the participation of the facilitator, a person who, without imposing his own position, can push the interlocutors to a painless and useful exchange of worldviews. First of all, you should focus on what we are talking about. Therefore, we formulate a theoretical introduction for further mutual understanding.

Facilitation is a form of group work to make decisions of increased complexity or importance. It can be used when conducting:

- creative meetings aimed at developing new solutions and approaches;
- resolving conflicts and differences;
- strategic sessions aimed at forecasting and development.

With the help of facilitation you can solve the following production and business problems:

- strategy development, goal setting and their decomposition;
- development of basic elements of corporate culture;
- discussion of the company's structure and making the necessary changes;
- making marketing decisions;
- discussion of internal processes and projects of the company;
- holding any problematic meetings, etc.

In order to be able to direct the vector of the conversation, you need trust and respect for the one who moderates it, each member of the group should feel that the facilitator does not take someone's side and ignores someone, but wants to help everyone reach mutual understanding. If we prefer the classic academic methods of conveying information and goals, then the participants in principle will not be presented with a mechanism for expressing and establishing an atmosphere of comfort, it will negatively affect all the points above. In this article, we will consider a number of important points to consider for facilitating any discussion.

Analysis of modern research. As the topic is very relevant, there is a lot of information on facilitation today. There are popular books on facilitation, such as Sam Keiner's «Facilitator's Guide to Participatory Decision Making» [1], Michael Wilkinson's «The Secrets of Facilitation» [2], and books that do not directly address the facilitation process, but provide guidance on how to improve teamwork, for example, Patrick Lencioni's «The Ideal Team Player» [3]. Most of the available sources [4; 5; 6; 7] focus on the techniques of the facilitator's interaction with the participants, where they consider the process of forming a discussion, and offer different games with the audience. In this article, we will focus more on the unobvious things that the authors have encountered during their time as moderators of discussions.

The purpose and objectives of the article. The aim of the article is to determine the features of facilitative methods as an effective means of establishing group discussion. To achieve this goal, the following tasks will be set: to clarify the essence of the concept of «facilitation»; identify and analyze the components of facilitative methods of interaction; provide advice on how to work with the group.

Presentation of the main material and substantiation of research results.

Effective methods of the facilitator. To display the best methods of the facilitator, we use a schematic image in the form of a flower (Fig.1).

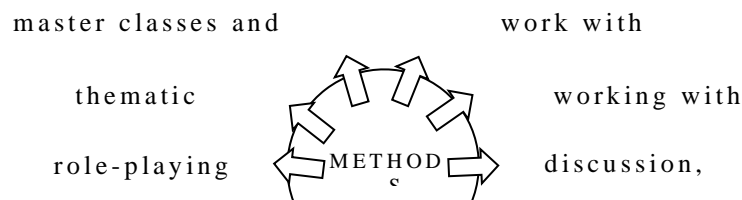


Fig.1. Methods of facilitator work

Source: based on [8, c.26]

The core of the flower is so-called basic methods, that is such methods without which no training is possible. Such methods include: presentation, individual work, brainstorming, as well as engines or so-called energizers. The basic methods are not accidentally depicted inside the flower, at first glance they may seem quite simple, although in fact each of them has its own technology and specifics. If the coach has little experience, it is recommended to use basic methods, and a maximum of one or two methods of «petals», described below. If the trainer has considerable experience, then the «petals» should focus more attention, because the basic methods participants are likely to have seen before and they may be less interested in them. All this will attract people, have a positive effect on their productivity and increase the likelihood of obtaining the expected result, which we certainly do not have with a simple and still common model manager-subordinate or lecturer-listener.

Petals (advanced methods of working with the audience):

- role-playing games (sometimes very different, with different goals, design and duration) and business games (methods of simulating group decision-making in situations of conflict or uncertainty);
- thematic methods are methods developed specifically for a specific training topic. As a rule, such methods are author's, but can be easily adapted and changed depending on the needs of a particular group.
- working with multimedia are methods related to engaging participants in computer interactive games or tests or watching thematic videos and movies;
- discussion methods (discussion, debate, discussion on the principle of a carousel or aquarium) - are methods that involve the free exchange of views of group members on a particular topic.
- work with experts, involvement of experts. In this case, to deepen the topic at certain points in the conversation, it is recommended to involve an expert who has been working on this topic for a long time and has a number of unique and interesting experiences for participants. As in the case of multimedia work, the involvement of an expert should be further developed in a full-fledged way (for example, joint preparation of a group of questions to the expert in advance or in-depth feedback from the coach after talking to an

expert). Working with experts requires additional time and effort, as the facilitator must instruct the expert in detail on the content of the discussion, its participants and the exact role of the expert. As a rule, these efforts are justified, the trainer and the communication manager are potentially very successful symbiosis, because the expert has a unique deep knowledge of the topic, and the multiplier is able to present them to the participants from a methodological point of view so that they are understandable and interesting;

- master classes (demonstration and training of participants in a unique skill or ability) and workshops, during which participants gain experience or knowledge independently [8, с.27].

Preparing to work with a group. The facilitator often gets to know the group during their first meeting. Practice shows that this is immediately noticeable in the further process of communication: most of the work to improve group decisions can be done before the group discussion. In order to increase the effectiveness of the strategy to achieve the desired quality of the discussion should immediately determine the following:

1. The composition of the group. At the stage of preparation for the discussion, it is recommended to identify three characteristics of the future group: homogeneity / heterogeneity in terms of knowledge and experience, stability of composition and voluntary participation. These basic parameters can have an unexpectedly significant impact on the development of intragroup relationships and motivate participants to work on increasing their productivity: for example, if you understand that the audience is very different in experience on key issues, you should encourage participants to use less complex professional words.

2. Place of discussion. Discussion is important for group decision making. To create the necessary atmosphere of the discussion, it is recommended to hold it in a comfortable and quiet place, which does not cause participants to be distracted from constructive emotions. It is desirable to ensure that people have easy access to sanitation, fresh air, and drinking water. In order for the members of the discussion group to be free to express their opinion, a working and practical option would be to seat the participants around a round table that eliminates the status differences between them. If the discussion is held among young people, instead of chairs, you can provide the audience with soft ottomans – this will create an atmosphere of comfort and ease.

3. Materials for acquaintance. In order for participants to be able to prepare for the discussion, the organizers should provide in advance the distribution of materials that reflect the objectives of the discussion, as well as additional information – abstracts of keynote speakers, statistics, etc. Having received such information, people can think about the pressure without timing pressure and at a comfortable pace for them to do and suggest solutions. The purpose of the discussion should be specific, relevant to all participants, and encouraged to express opinions. Some experts recommend involving members of the future group in its formulation. People who set goals for their own work are more motivated, better understand and accept information from experts [9].

Also before the meeting, depending on the topic of discussion, it is necessary to make a rough plan for its holding. If, for example, this is a discussion aimed at solving a particular problem, the agenda may be as follows:

- participants understand the content of the problem they are trying to solve and share key knowledge about it;
- determine the minimum requirements for possible solutions and evaluation criteria;
- offer solutions, consider alternatives;
- correlate these alternatives with the evaluation criteria;
- choose an alternative that has the maximum number of desired characteristics.

If the discussion does not require a solution to a problem, but an example of planning the development of the company, you can use such a plan.

1. Formulation of key issues. What would we like to improve? What results would we like to get?
 2. Focus on discussion. What is our situation now? What are the key issues hindering our growth?
 3. Generation of ideas and development of ideas of other speakers.
 4. Clustering of ideas. We divide ideas into groups and give them names.
 5. Evaluation of ideas. You can evaluate the potential effectiveness of the idea, its creativity, as far as it is possible to implement.
-

6. Roadmap to implementing ideas into reality.

The above are just examples, the plan may be very different from the purposes for which the people gathered. But preliminary preparation will help to plan time competently, not to dwell on certain stages of discussion and get the result in the end.

Discussion of unique information. A significant problem of group discussion is information loss: people pay more attention to one piece of information than another. You can significantly reduce these losses using the following techniques:

- careful recollection and discussion of information. You can use two procedures for this. During the first, each group member is asked to take turns to present one argument in favor of each alternative, regardless of which solution they like. In the second case, group members are asked to list as much information as they can and summarize it. Both procedures increase the likelihood of using unique information;

- presence in the group of specialists. Groups are more likely to discuss unique information when they have people with experience in solving relevant problems. They are the ones who most often pay attention to important information that only some members of the group have;

- minority activity. An active minority increases the likelihood of discussing unique information, as it may have a view of the problem that differs sharply from the majority;

- activity of the leader. A significant contribution to eliminating the dominance of one information over another can be made by the group leader, who asks questions and repeats the unique information he hears [9].

In this way, it intensifies the discussion of information that is known only to some participants, and ensures their influence on the group decision.

Reducing the scattering of responsibilities. A significant problem in group discussion is the frequent refusal of participants to take personal responsibility for what happens. To overcome the diffusion of responsibility, it is possible to neutralize the factors that cause it and to ensure that each participant understands his role and feels responsible for the group decision:

- before starting work, clearly define the rights, responsibilities and powers of all participants;

- each participant is informed what result is expected of him and what criteria for performance evaluation;

- before and during the work emphasize the importance and complexity of the problem under discussion;

- emphasizes the importance of each participant's contribution and its competence;

- good relations between the representatives of the group are encouraged, respect for them is shown;

- an individual contribution to the discussion of each group member is recorded [9].

Reducing the dispersion of responsibilities helps to increase the willingness of each speaker to justify his opinion, which generally increases the constructiveness of the discussion.

Dialogue, not controversy. One of the most important tasks of the facilitator during group work is to prevent productive discussion from turning into a destructive argument. This is a thing that needs to be controlled from the very beginning of the event until the very end. Even small probable differences of opinion are often a catalyst for a gradual increase in misunderstanding and the emergence of mutual aggression. People tend to think and speak subjectively, not to listen to opposition views. The facilitator must constantly monitor the situation and quickly adjust the vector of the conversation if he sees that it escalates into a quarrel.

Below is a table that will help you to both the facilitator and the speakers on whether the discussion is going right.

Questions as a method of improving the discussion. The facilitator's main task is not to impose his own opinion, but to help the participants hear each other. Therefore, the most important thing is not to implement theses, but to ask questions. Thanks to constant questions, the group is always active, each participant

understands that at some point he may be asked, in addition, questions give the group members a sense that the facilitator is really interested in what they say and tries to delve into the idea or information.

Table 1

Features of group / individual behavior options in the discussion process

Dispute	Discussion
The goal is to win the dispute, prove the correctness of one's own views and the inferiority of the opponent's views.	The goal is to understand the difference in views and look at things from a different angle.
It is necessary to listen to others to find errors in the argument and show its imperfections.	It is necessary to listen to others to understand their life experience, to form their life views.
People criticize other people's experience as meaningless and distorted.	People perceive someone else's experience as important and worth listening to.
The participant takes the image of a person who is absolutely confident in their views and not ready to correct them.	The participant takes the image of a person who is ready to change his views as a result of the discussion.
Strong emotions are used to put pressure on the interlocutor and make him feel wrong.	Strong emotions are used only to convey the intensity of one's own experience.

Source: created by the authors.

Here are some tips to keep in mind:

- think about the purpose for which the question is asked. Do not parasitize on questions that do not help to reveal the topic, otherwise the participants will lose interest in the discussion;
- the question should be clear to the whole audience;
- short questions are better than long ones. It is best practice to ask a few short questions at intervals than one long one;
- you should not ask several questions in a row. This will defocus the person, and she will hardly remember the questions that were in the beginning;
- if the question is addressed to a specific person, it is better to address him by name. When an appeal goes by name, the person feels that it matters to the person appealing and will be more interested in answering;
- control the intonation by asking questions. It is better if the intonation of your voice is friendly;
- if you have not received an answer to your question, rephrase it and ask again [10].

If you want to hear the opinion of several people on the same question, you should first ask it to the least competent and least self-confident people and gradually turn to more and more authoritative. If you first ask a person with strong leadership qualities or a person who has significant baggage in the topic under discussion, other people under the pressure of authority will try to adjust their answers so as not to look clumsy in their background.

Creating a comfortable space. To create a comfortable atmosphere, it is important to remember that all participants are human and have biological needs. It is best practice to find common needs, if everyone (or the absolute majority) agrees to implement certain measures for everyone. The process of finding common needs has significant benefits for the group:

- creation in the end of the order of work comfortable for all;
- the facilitator trusts the ability of the group to find solutions that improve their further interaction;
- the group learns to cooperate together and find compromises;

- individual responsibility for one's position is formed, in a situation when its defense is fundamentally important for the actor.

In an ideal case, the participants come to an agreement and the facilitator's task is only to listen to them and individually consider the opinions they did not listen to. If the participants do not compromise, or the facilitator understands that they are ashamed, or for other reasons do not express needs, you can use ready-made solutions:

- introduction of additional breaks;
- temporary change of place (for example, the group goes out into the fresh air);
- changing the form of the task (for example, working in a group instead of a big discussion);
- change the order of tasks. Some parts of the task can even be excluded and set for homework.

Work with inactive participants. Some participants may, for various reasons, refuse to share their views in front of the whole group, when it is necessary to do so orally and in front of everyone. They may be afraid to look smart, or not find the courage to disagree with the loudest or most active members of the group. The more participants take an active part in the work of the group - the better for everyone. If individuals are silent and closed, they themselves will benefit much less from the process, will not let others hear what may be important and interesting, and may create an uncomfortable atmosphere. That the exchange of views was complete and honestly, we need to closely monitor the behavior of less active participants. It is possible to understand that a person wants to say something, but does not find courage by body language. For example, if a person sits in a closed position, but often moves his eyebrows, opens his mouth (but does not make sounds), presses the corners of his lips, or shakes his head – these are symbols that a person has his own position on the subject of discussion but does not express it. This situation is very difficult – we need to clearly understand what we should do when we know that some participants do not agree with the majority, but do not express their objections. The worst thing that can be done is to directly incite this person to speak. There is a good chance that she will agree with everything and does not want to say anything, but the worst thing is that from now on she will perceive the facilitator not as a friend who helps to communicate more comfortably, but as an enemy that can unexpectedly make you in a very awkward situation. Such a person will feel tense and the value of the discussion for her will fall sharply.

In order to find out the opinion of less active and closed participants, the following methods should be used:

1) use anonymous expression of ideas, for example, on sheets of paper, and then read them. Next, you can try to develop a small discussion on each idea, which will allow a person to be heard and encourage the expression of opinions;

2) ask simple questions to inactive participants about the topic under discussion. Even if the answer was short, make it interesting, mention it as important. The fact that the facilitator (who is an authority for the group) pays attention to it, helps to feel like a full participant in the discussion to which they listen;

3) introduce other ways of making decisions besides public speeches, such as voting cards, stickers, and raising hands. This will allow the person to be in the comfort zone, but at the same time he will be more motivated to listen;

4) during the reflection, remember the ideas expressed outside the context of the person who told them, and invite them to express themselves again. If one of the participants was silent because he did not want to argue with another, now it will be much easier for him to do so.

Conclusions and prospects for further research. The article is written in order to systematize and clearly identify not completely obvious practical methods and approaches in building communication within a particular group, to share the acquired practice in order to invest in the development of the discussed area.

All the methods and recommendations that you can find in the article tested in practice and widely used in the usual facilitation practices, while encouraging the search for new ideas and solutions. This work will be a source of inspiration for both experienced moderators and beginners in the field of group communication.

It also clearly outlines the definition of such a new concept as «facilitator» and argues the relevance of the application of its practical reflection, illustrating the analysis of group psychology.

Also in the article, this method of organizing communication in the team is opposed to the usual option to work with people only on business protocol and within the information that must be transmitted in the

work process. In today's world, everyone is beginning to accept people not only as an unnamed audience, a workforce, or subordinates. We are gradually coming to an individual approach and understanding of its effectiveness. All the above proposed mechanisms are focused on individual motivation, comfortable work in a group, a sense of «sensitivity», providing the opportunity to express their views, and improving approaches through discussion. It sharpens ideas, objectives, goals and provides exactly the integrated approach that is lost in purely professional communication within work responsibilities. The article encourages the transition to facilitative methods for effective group discussion in order to increase the efficiency of any group on the way to achieving goals.

Sources and literature

1. Kaner S. Facilitator's Guide to Participatory Decision Making. URL: <http://www.storypikes.com/workshops/PDFs/Facilitators%20Guide%20to%20Participation%20by%20Sam%20Kaner%20with%20Lenny%20Lind-Catherine%20Toldi Sarah%20Fisk%20and%20Duane%20Berger-2007.pdf> (дата звернення: 01.05.2022).
2. Wilkinson M. The Secrets of Facilitation: The SMART Guide to Getting Results with Groups. San Francisco: Jossey-Bass, 2012. 496 p.
3. Lencioni P. The Ideal Team Player. San Francisco: Jossey-Bass, 2016. 240 p.
4. Bens I. Advanced Facilitating Strategies: tools & techniques to master difficult situations. San Francisco: Jossey-Bass, 2005. 408 p.
5. Goleman D. The Social Intelligence: The New Science of Human Relationships. New York: Bantam Book, 2006. 408 p.
6. Schwarz R. Helping a Team Understand the System They Created. The Skilled Facilitator Fieldbook / ed. by R. Schwarz, A. Davidson, P. Carlson, S. McKinney. San Francisco: Jossey-Bass, 2005. 329 p.
7. Woodcock M, Francis D. The Unblocked Manager. A practical guide to self-development. Aldershot, England: Wildwood House, 1986. 241 p.
8. Трамбовецька Н., Іванік О., Гавінек-Дагаргулія М. Ідеї, натхнення, рішення : посіб. для тренерів неформальної освіти / за ред. Кнюпа Ю., Ребрик О. Київ: Інша освіта. 2015. 71 с. URL: https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Trainers_Handbook.pdf (дата звернення: 01.05.2022).
9. Гулевич О. А. Соціальна психологія : навч. посіб. URL: https://stud.com.ua/148174/psihologiya/pidvischiti_efektivnist_grupovih_diskusiy (дата звернення: 01.05.2022).
10. Ющишина Л.О. Фасилітація як технологія ухвалення управлінських рішень у групі. Transformation of the National and Regional Models of Economic Development and Legislation in the Conditions of Global Challenges: Collection of scientific papers / resp. ed. K. Pavlov, J. Zafko, O. Pavlova, L. Shostak. European institute of further education, Podhájaska, Lesya Ukrainka Volyn National University, Lutsk, 2021. С. 91–92.

References

1. Kaner, S. (2007) Facilitator's Guide to Participatory Decision Making. available at: <http://www.storypikes.com/workshops/PDFs/Facilitators%20Guide%20to%20Participation%20by%20Sam%20Kaner%20with%20Lenny%20Lind-Catherine%20Toldi Sarah%20Fisk%20and%20Duane%20Berger-2007.pdf> (accessed 01 may 2022). [in USA].
2. Wilkinson, M. (2012) The Secrets of Facilitation: The SMART Guide to Getting Results with Groups. San Francisco: Jossey-Bass. [in USA].
3. Lencioni, P. (2016) The Ideal Team Player. San Francisco: Jossey-Bass. [in USA].
4. Bens, I. Advanced Facilitating Strategies: tools & techniques to master difficult situations. San Francisco: Jossey-Bass. [in USA].
5. Goleman, D. (2006) The Social Intelligence: The New Science of Human Relationships. New York: Bantam Book. [in USA].
6. Schwarz, R. (2005) Helping a Team Understand the System They Created. The Skilled Facilitator Fieldbook / ed. by R. Schwarz, A. Davidson, P. Carlson, S. McKinney. San Francisco: Jossey-Bass. [in USA].
7. Woodcock M, Francis D. (1986) The Unblocked Manager. A practical guide to self-development. Aldershot, England: Wildwood House. [in England].

8. Trambovetska, N., Ivanik, O., Gavinek-Daharhuliya, M. (2015) Ideyi, natkhnennyya, rishennyya [Ideas, Inspiration, Solutions] / ed. by Knyupa Yu., Rebryk O. Kyiv: Insha osvita. available at: https://www.sii.org.ua/wp-content/uploads/2016/07/Trainers_Handbook.pdf (accessed 01 may 2022). [in Ukrainian].

9. Hulevych, O. A. Sotsialna psykholohiya [Social Psychology]. available at: https://stud.com.ua/148174/psihologiya/pidvischiti_efektivnist_grupovih_diskusiy (accessed 01 may 2022). [in Ukrainian].

10. Yushchyshyna, L.O. (2021) Fasylytatsiya yak tekhnolohiya ukhvalennyya upravlynskykh rishen u hrupi [Facilitation as a technology of management decisions in the group]. Transformation of the National and Regional Models of Economic Development and Legislation in the Conditions of Global Challenges: Collection of scientific papers / resp. ed. K. Pavlov, J. Zaľko, O. Pavlova, L. Shostak. European institute of further education, Podhájska, [Lesya Ukrainka Volyn National University](http://www.lesya.ukrainka.lviv.ua), Lutsk . С. 91–92. [in Slovakia].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2022 р.

РОЗДІЛ V

Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

УДК [338.45:621]:311.21

Іщук Світлана,
доктор економічних наук, професор,
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»,
завідувач відділу проблем реального сектора економіки регіонів,
м. Львів, ORCID ID 0000-0002-3698-9039,
e-mail: iso.ird@ukr.net

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-81-89>

ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано значення ключових показників функціонування вітчизняного машинобудування та встановлено причини їх негативної динаміки. Визначено ступінь імпортозалежності національної економіки у розрізі сегментів споживання (проміжного, кінцевого та валового нагромадження основного капіталу) продукції машинобудівних виробництв. Розраховано співвідношення між імпортом і випуском машинобудівної продукції в Україні та сальдо зовнішньої торгівлі цією продукцією. Обґрунтовано ризики для соціально-економічного розвитку країни внаслідок посилення ролі машинобудівних компаній, що працюють на засадах толінгу. Окреслено низку викликів і загроз для вітчизняного машинобудування, які можуть посилитись в умовах глобальної нестабільності, зокрема під впливом російської агресії. Визначено пріоритетні напрямки державної промислової політики стимулювання розвитку машинобудівних виробництв в Україні.

Ключові слова: машинобудування, продукція, виробництво, експорт, імпортозалежність, проміжне споживання, національні економічні інтереси.

Ishchuk Svitlana,
Dr. Sc. (Econ.), Professor, SI «Institute of Regional Research
n.a. M.I. Dolishnyi of the NAS of Ukraine»,
Head of the Department of problems of real sector of regions economy,
Lviv

PROBLEMS OF MECHANICAL ENGINEERING DEVELOPMENT IN UKRAINE

Mechanical engineering in synthesis with the IT sector forms a sector of the world economy with the highest potential for the creation and implementation of commodity, technical and technological innovations, which in modern conditions are crucial to ensure the prospects for socio-economic development and provide its high level in any country. However, Ukrainian mechanical engineering lags behind most EU countries in terms of its contribution to the economy, although it has sufficient production and resource potential, as well as human capital to function effectively. Accordingly, the aim of the article is to identify problematic issues of mechanical engineering productions' development in Ukraine and substantiate ways to handle them. It has been proved that destructive transformations in mechanical engineering industry were the main reasons for the negative dynamics of this segment of Ukrainian industry and were caused by: a) disregard for national economic interests, especially in the agreements on accession to the WTO and FTA with the EU; b) ineffective state policy on the creation of favorable conditions for attracting capital investment in mechanical engineering production. The increase in imports of mechanical engineering products to Ukraine while

reducing gross value added, output and exports of domestic enterprises became the negative consequences of the mentioned above processes. As a result, it has led to increased import dependence of the national economy in all segments of consumption (intermediate, final, gross fixed capital formation) of engineering products. The negative balance of foreign trade in these products became an indicator of such increased import dependence. Risks for socio-economic development related to the intensification of foreign mechanical engineering companies' activities in Ukraine, especially those working on tolling schemes, have been substantiated. Challenges and threats to the domestic mechanical engineering industry, which may increase in conditions of global instability, in particular under the influence of Russian aggression, have been outlined. The priority directions of the state industrial policy for stimulating the development of mechanical engineering productions in Ukraine have been determined. They include: formation of a reliable system of scientific-technical and industrial cooperation; encouraging business development and domestic investment – investment in equipment upgrades and modernization should be the priority areas of the latter; strengthening the motivation of foreign companies to relocate production to the territory of Ukraine and attract investment from international companies; development of an institutional system for export promotion; large-scale import substitution, etc. Prospects for further research in this direction are seen in the scientific and analytical justification of the role of mechanical engineering (as a strategic segment of industry) in ensuring balanced interaction of all sectors of the national economy.

Key words: mechanical engineering, products, production, export, import dependence, intermediate consumption, national economic interests.

Постановка проблеми та її значення. Машинобудування у синтезі з ІТ-сферою формує сектор світової економіки з найвищим потенціалом для створення та реалізації товарних, технічних і технологічних інновацій, які в сучасних умовах є визначальними для досягнення високого рівня та забезпечення перспектив соціально-економічного розвитку будь-якої країни. Українське машинобудування за внеском в економіку відстає від більшості країн ЄС, а в абсолютному вимірі сформований у цьому сегменті обсяг ВДВ порівнянний із аналогом у такій невеликій країні як Словенія. Попри те, машинобудування було і залишається базовим сегментом національної економіки і промисловості зокрема, оскільки володіє достатнім виробничо-ресурсним потенціалом та людським капіталом для ефективного функціонування і забезпечення потреб економіки необхідним асортиментом машинобудівної продукції. Зокрема, вітчизняне машинобудування має значний досвід у виробництві літаків, вагонів, автобусів, морських суден, легкових і вантажних автомобілів, тракторів, сільськогосподарського устаткування та техніки, побутової техніки, ракетно-космічної і оборонно-промислової продукції. Окрім того, для машинобудування характерний найширший спектр міжсекторальних зв'язків: машинобудівні виробництва створюють продукцію проміжного (деталі та комплектуючі) і кінцевого (обладнання, машини та механізми) споживання виробничого і побутового призначення. Тісні міжсекторальні зв'язки є підставою для віднесення машинобудування до системоформуючого сектора реальної економіки та (опосередковано) фінансової і соціальної сфер. З огляду на високий мультиплікативний ефект впливу машинобудування на суспільство, саме цей сектор промисловості є рушійною силою та локомотивом у вирішенні питань, пов'язаних зі зростанням зайнятості населення, підвищенням продуктивності праці та середньої заробітної плати (в економіці загалом), збільшенням надходжень до бюджетів усіх рівнів, покращенням матеріально-технічної обороноздатності країни, збереженням та розвитком науково-технологічного потенціалу, активізацією зовнішньоекономічної діяльності, а в підсумку – посиленням ролі країни у геополітичних процесах світу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. З огляду на важливість ролі машинобудування у забезпеченні соціально-економічного розвитку, ця тематика глибоко та всебічно досліджується провідними українськими теоретиками і практиками. Так, перспективи українського машинобудування під впливом економічної глобалізації, надто після підписання Угоди про ЗВТ із ЄС, детально вивчені колективом вчених під керівництвом академіка НАН України В.М. Геєця. Зокрема в [1] висвітлено переваги, зумовлені можливістю використання науково-технічних досягнень європейських країн для модернізації внутрішніх виробничих процесів, а також ризики, пов'язані передусім зі збільшенням імпорту в Україну продукції кінцевого і проміжного споживання машинобудівних виробництв. Інші, внутрішні проблеми українського машинобудування, серед яких

домінують високий знос основних засобів, недостатність оборотних засобів, низька інноваційність та, як наслідок, низька конкурентоспроможність української продукції машинобудування на внутрішньому і зовнішньому ринках, фінансово-економічна та політична нестабільність, залежність від імпорту комплектуючих висвітлені в [2-6]. Результати оцінки динаміки та особливостей виробничої і зовнішньоекономічної діяльності машинобудівних підприємств в Україні у регіональному розрізі наведено в [7].

Мета і завдання статті. Метою дослідження є визначення проблемних питань розвитку машинобудівних виробництв в Україні та обґрунтування способів їх подолання. Для досягнення поставленої мети було вирішено низку завдань: проаналізовано значення ключових показників функціонування вітчизняного машинобудування та встановлено причини їх негативної динаміки; визначено ступінь імпортозалежності національної економіки у розрізі сегментів споживання продукції машинобудівних виробництв; розраховано співвідношення між імпортом і випуском машинобудівної продукції в Україні; обґрунтовано ризики для соціально-економічного розвитку внаслідок посилення ролі машинобудівних компаній, які працюють на засадах толінгу; окреслено пріоритети державної промислової політики розвитку вітчизняного машинобудування в умовах нестабільності.

Викладення основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Машинобудування традиційно було ключовим високорозвиненим сегментом економіки України, на який у 90-х роках ХХ ст. припадала 1/3 випуску вітчизняної промисловості. Однак, упродовж останніх трьох десятиліть українське машинобудування функціонувало у надскладних економічних умовах, демонструючи нестабільну, переважно негативну, динаміку розвитку. Так, у 2020 році обсяг реалізованої машинобудівної продукції в Україні становив лише 40% від показника 2008 року і, водночас, лише на 8,4% перевищував значення показника 2003-го.

Основними причинами негативної динаміки розвитку українського машинобудування були деструктивні трансформації у цьому сегменті промисловості, спричинені:

а) неврахуванням національних економічних інтересів (виходячи з позиції міжнародної конкурентоспроможності і стратегічної важливості розвитку машинобудування) передусім в угодах при вступі до СОТ і ЗВТ із ЄС, а також інших документах щодо лібералізації зовнішньої торгівлі, які стосуються цього сегмента промисловості;

б) неефективною державною політикою у питанні створення сприятливих, мотиваційних і стимулюючих умов для залучення капітальних інвестицій у машинобудівні виробництва та оптимізації їх зв'язків з іншими секторами економіки, зокрема для задоволення внутрішнього попиту на відповідну продукцію.

Наочним підтвердженням негативних наслідків пасивної поведінки нашої держави у питаннях захисту національних інтересів, зокрема у сегменті машинобудування, в умовах поглиблення лібералізації зовнішньої торгівлі (при зростанні значення індексу економічної глобалізації) стало нарощення імпорту в Україну машинобудівної продукції при одночасному зниженні ВДВ, випуску та експорту вітчизняних підприємств. У підсумку, це призвело до посилення імпортозалежності національної економіки упродовж 2010-2019 років на 25,7 в.п. [8]. Важливо наголосити, що залежність економіки України від імпорту продукції машинобудування є критично високою за всіма напрямками споживання, а надто кінцевого і нагромадження основного капіталу (табл. 1).

Таблиця 1

Частка імпорту у продукції машинобудування України (за сегментами споживання), %

Виробництво	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Проміжне споживання							
<i>Машинобудування, в т.ч.:</i>	66,6	72,0	75,1	80,3	72,7	65,8	66,1
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	87,7	86,7	91,3	88,4	87,7	82,0	80,1
Виробництво електричного устаткування	69,9	69,2	65,9	63,6	60,5	51,9	67,0
Виробництво машин і устаткування,	72,0	85,0	89,2	83,4	80,9	76,8	64,9

не віднесених до інших угруповань							
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	85,3	78,7	75,9	83,9	87,3	68,6	84,1
Виробництво інших транспортних засобів	6,4	5,9	3,4	3,5	0,8	0,9	2,1
Кінцеве споживання							
<i>Машинобудування, в т.ч.:</i>	83,7	82,3	89,5	87,5	83,9	86,7	89,4
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	91,0	98,6	99,6	93,8	96	97,3	97,9
Виробництво електричного устаткування	53,1	49,1	66,8	72,3	75,5	79,6	83,4
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	19,1	44,7	98,7	28,5	29,2	11,0	10,6
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	95,3	94,9	92,7	95,2	83,5	88,6	90,5
Виробництво інших транспортних засобів	96,6	94,6	99,2	85,8	71,6	30,3	29,4
Валове нагромадження основного капіталу							
<i>Машинобудування, в т.ч.:</i>	76,0	86,4	88,2	86,7	88,0	88,5	87,7
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	96,7	98,3	98,0	98,0	98,6	98,8	98,2
Виробництво електричного устаткування	90,5	84,2	87,6	83,3	85,2	86,3	86,2
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	91,5	99,6	99,6	98,8	98,9	99,0	98,7
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	88,9	96,6	98,0	98,3	98,4	98,3	98,2
Виробництво інших транспортних засобів	16,2	40,9	23,0	23,2	27,9	31,3	31,5
Загальне споживання							
<i>Машинобудування, в т.ч.:</i>	55,4	57,0	61,9	67,8	68,0	67,6	69,1
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної продукції	81,8	79,3	84,6	83,0	85,1	86,4	86,7
Виробництво електричного устаткування	46,3	45,0	45,2	50,6	51,5	52,9	59,7
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	58,4	59,6	63,8	69,6	70,3	69,5	66,9
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	79,6	72,4	76,3	82,3	82,6	80,7	85,7
Виробництво інших транспортних засобів	8,8	18,4	12,0	14,7	13,6	16,0	16,1

Джерело: авторські розрахунки за даними Державної служби статистики України [9]

Найбільше економіка України залежить від імпорту комп'ютерів, електронної та оптичної продукції, а також автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів: у 2019 році імпорт продукції цих виробництв, відповідно, у 6,5 і 5,9 разу перевищував її випуск (табл. 2). До прикладу, у Польщі співвідношення між імпортом і випуском аналогічних виробництв складало 77,4% і 49%.

Таблиця 2

Відношення імпорту до випуску продукції машинобудування в Україні, %

Виробництво	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Машинобудування – всього	124,2	132,8	162,5	210,7	212,5	208,4	224,1
Виробництво комп'ютерів, електронної та оптичної	448,2	384,0	548,6	489,7	573,2	636,7	651,9
Виробництво електричного устаткування	86,2	81,7	82,5	102,4	106,1	112,3	147,9
Виробництво машин і устаткування, не віднесених до інших угруповань	140,2	147,5	176,0	228,8	236,5	227,6	202,3
Виробництво автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів	390,9	262,2	322,8	463,6	474,7	417,2	598,0
Виробництво інших транспортних засобів	9,6	22,6	13,7	17,2	15,7	19,1	19,3

Джерело: авторські розрахунки за даними Державної служби статистики України [9]

Наслідком негативної динаміки ключових показників діяльності вітчизняних машинобудівних підприємств стало негативне сальдо зовнішньої торгівлі у цьому стратегічно важливому секторі національної економіки. Так, коефіцієнт покриття імпорту експортом продукції машинобудування в Україні у 2019 році опустився до 20% (проти 83,9% у 2009-му), тоді як, до прикладу, у Польщі його значення становило 137,4% (проти 181% відповідно).

Продукція машинобудування складає основу високотехнологічного експорту, обсяги якого з України від 2013 року скоротились майже на 50%. Окрім того, в українському експорті машинобудування велику частку займає продукція, виготовлена з давальницької сировини. Зокрема, у 2020 році частка такої продукції в експорті машин, обладнання та механізмів, електротехнічного обладнання (товарна група XVI) становила 42,6%, а в експорті електричних машин (товарна підгрупа 85) – 71,8%.

Ключовою проблемою вітчизняного машинобудування є нагальна потреба в модернізації виробництва. Так, ступінь зносу матеріальних активів машинобудівних підприємств в Україні становить понад 70%, тоді як у Польщі – близько 53%. Високий ступінь зношеності активів є прямим наслідком недостатніх капіталовкладень – обсяг капітальних інвестицій у машинобудівні виробництва у 2020 році (298,9 млн. євро) склав лише 45% від рівня 2012-го (659,3 млн. євро). Для порівняння, у Польщі у 2019 році капітальні інвестиції у машинобудування досягли 6269,6 млн. євро, що у 16,6 разу перевищило аналогічний показник в Україні (378,8 млн. євро).

Упродовж 2011-2016 років обсяг виробництва переважної більшості видів продукції українського машинобудування у кількісному вимірі суттєво і стрімко зменшувався. Найбільше падіння відбулось у сегменті автотранспортних засобів та високотехнологічних складових частинах до них, сільськогосподарської техніки і тракторів, а також промислового обладнання. До прикладу, кількість автотранспортних засобів для перевезення 10 і більше осіб у 2016 році, порівняно з 2011-м, зменшилась у 6,7 разу; електродвигунів та генераторів постійного струму потужністю більше 37,5 Вт, але не більше 750 Вт – у 8,3 разу; обладнання промислового для виробництва або приготування кондитерських виробів, какао чи шоколаду – у 3,8 разу.

Синхронно з падінням виробництва відбувалось скорочення кількості зайнятих у машинобудуванні. Так, упродовж 2012-2019 років значення цього показника зменшилось на 33,8% (або 177,8 тис. осіб) і у 2019 році склало 347,7 тис. осіб, що на 57,7% (або 548,4 тис. осіб) менше, ніж у Польщі. Продуктивність праці на машинобудівних виробництвах в Україні у 2019 році становила 21,06 тис. євро, що на 19,1% (або 4,98 тис. євро) менше, порівняно з 2012-м. Зростання значення цього показника у 2016-2019 роках відбулось під впливом зменшення кількості зайнятих і водночас деякого підвищення обсягу реалізованої продукції. До прикладу, у 2019 році кількість зайнятих у машинобудуванні зменшилась на 2,4%, а обсяг реалізованої промислової продукції збільшився на

12,8%. Однак, незважаючи на деяке зростання, продуктивність праці у вітчизняному машинобудуванні у 8,3 разу менша, аніж у Польщі (175,5 тис. євро у 2019 році).

Негативні тренди ключових показників, зокрема, скорочення інвестування вітчизняних машинобудівних виробництв, своєю чергою, спричинило падіння витрат на інновації, обсяг яких упродовж 2014-2019 років зменшився на 41,9%, тоді як частка власних коштів підприємств у цих витратах досягла 93,65% (проти 63,35% у 2013 році). За цей період кількість інноваційно активних підприємств у машинобудуванні скоротилася у понад 2 рази – із 397-ми до 194-х. У підсумку, обсяг реалізованої машинобудівними підприємствами інноваційної продукції в Україні упродовж 2009-2020 років скоротився на 84%, а її частка в загальному обсязі реалізованої продукції машинобудування – на 12,1 в.п. Обсяг експорту реалізованої інноваційної продукції машинобудування у 2019 році, порівняно з 2013-м, зменшився на 84,1%, а щодо 2008-го – на 87,7%.

Падіння обсягів випуску та експорту з одночасним стрімким зростанням імпорту, погіршенням зовнішньоторгівельного балансу, скороченням капітальних інвестицій та зниженням рівня інноваційності продукції є прямим наслідком системних деструктивних змін у вітчизняному машинобудуванні. Висока (із тенденцією до зростання) залежність національної економіки від готової продукції машинобудування (як виробничого, так і споживчого призначення) і водночас значна експортоорієнтованість машинобудівних виробництв (передусім тих, які працюють за толінговими схемами) є свідченням того, що машинобудування в Україні значною мірою спеціалізується на виготовленні окремих деталей та комплектуючих для іноземних фірм і ТНК, а не на задоволенні потреб внутрішнього ринку у товарах кінцевого споживання. В Україні у секторі машинобудування функціонують 18 ТНК, із них 16 виготовляють продукцію винятково для зовнішніх ринків. У виробництві автотранспортних засобів, причепів і напівпричепів та інших транспортних засобів частка ТНК в обсязі реалізованої продукції становить понад 40%. Наведена статистика свідчить, про приєднання вітчизняного машинобудування до глобальних ланцюгів формування доданої вартості (що можна вважати позитивом), але також підтверджує високу виробничо-технологічну і економічну залежність від кон'юнктури на світовому ринку машинобудівної продукції та інтересів його ключових учасників – ТНК.

Функціонування в Україні підприємств, які працюють на засадах толінгу, несе певні ризики для соціально-економічного розвитку. Передусім це ризики потенційного скорочення робочих місць у разі закриття виробництв, які базуються на давальницькій сировині, а надто у прикордонних із ЄС регіонах, де концентрація таких підприємств найвища. Ці ризики пов'язані з втратою конкурентних позицій України на ринку дешевої робочої сили за умови підвищення рівня оплати праці. Відповідно наявність таких підприємств (у тій формі, в якій вони функціонують тепер) із позиції економічної безпеки є доцільною лише у коротко- і середньостроковому періодах. У подальшому ці підприємства мають бути трансформовані у напрямку їх інтеграції в українську економіку. Це може відбуватись двома шляхами (або їх синтезом): 1) відкриттям національних виробництв із виготовлення продукції, що здатна замінити давальницьку сировину; 2) створенням в Україні підприємств із подальшої переробки (чи використання) готової продукції, виготовленої з давальницької сировини, на діючих підприємствах.

Епоха пандемії COVID-19 спричинила значне посилення політики протекціонізму, надто у розвинених індустріальних країнах. За цих умов Україні задля збереження і в подальшому посилення своїх позицій як традиційно вагомого гравця на ринку машинобудування (або принаймні його окремих сегментів, таких як авіабудування) необхідно відійти від позицій пасивного сприйняття ліберальних умов і правил зовнішньої торгівлі (які диктують СОТ і ЄС) у напрямку повноправної участі у процесах формування цих правил. Звідси, основним завданням при стратегуванні розвитку машинобудування в Україні є задоволення споживчого попиту і виробничих потреб національної економіки та машинобудування зокрема у продукції кінцевого та проміжного споживання вітчизняного походження. Під останньою розуміємо продукцію, що виготовлена на підприємствах, які реально функціонують в Україні, незалежно від форми власності і країни походження капіталу (окрім країн, вороже налаштованих до української державності). Іншими словами, з одного боку, необхідно стимулювати розвиток вже існуючих машинобудівних та суміжних із ними виробництв і

секторів економіки, які пріоритетно зорієнтовані на внутрішній ринок, а з іншого боку – важливо мотивувати іноземні ТНК, які прагнуть працювати на українському споживчому ринку товарів машинобудування (передусім автомобілів, побутової, комп'ютерної техніки, засобів зв'язку) створювати в Україні виробництва повного циклу. Окрім того, держава повинна сприяти тому, щоб орієнтовані на експорт машинобудівні підприємства, передусім ті, що функціонують за толінговими схемами, щонайменше 60% реалізованої продукції спрямовували на внутрішній ринок. Одним із ключових критеріїв ефективності таких заходів є переорієнтування вітчизняного машинобудування на продукцію кінцевого, а не проміжного споживання.

З огляду на надмірно високу відкритість національної економіки та її критично високу імпортозалежність від продукції машинобудування вкрай необхідним є захист вітчизняного машинобудування від нерівних конкурентних змагань із іноземними ТНК на внутрішньому ринку вживаних товарів. Вирішення цього завдання вимагає посилення тарифних і нетарифних бар'єрів для стримування імпорту в Україну машинобудівної продукції, зокрема вживаних автомобілів, автобусів, побутової і комп'ютерної техніки з ЄС, США, Канади, Японії та інших країн. Передусім можна застосовувати обмеження цілком (або за квотним режимом) для автомобілів, вік яких становить понад 10 років і тих, які не відповідають екологічним стандартам Євро-5 (мінімальна межа), а також взагалі заборонити ввезення дизельних транспортних засобів (окрім деяких винятків, тобто техніки спеціального призначення). Подібні критерії можуть висуватись і до вживаної побутової та комп'ютерної техніки, засобів зв'язку. Посилення бар'єрів щодо імпорту в Україну нової машинобудівної продукції кінцевого споживання має узгоджуватись із тенденціями конкурентоспроможності та наявності вітчизняної продукції на внутрішньому ринку. Відтак вкрай необхідним є перегляд угод із СОТ і ЗВТ із ЄС у напрямку захисту національних економічних інтересів.

Висновки і перспективи подальших досліджень. З огляду на наявність системних проблем у розвитку машинобудування, перед Україною постала низка додаткових викликів і загроз, які можуть посилитись в умовах глобальної нестабільності, зокрема під впливом російської агресії:

1) руйнування сформованих ланцюгів високотехнологічного промислового виробництва, зниження внутрішнього попиту на вітчизняну машинобудівну продукцію, поглиблення диспропорцій у відтворювальній структурі основного капіталу;

2) потенційне погіршення цінової кон'юнктури на імпортовані комплектуючі та обладнання на світових ринках при одночасному вичерпанні можливостей поставок на ринки країн, які були традиційними споживачами вітчизняної продукції;

3) зниження міжнародної конкурентоспроможності українських товарів, а в підсумку – ефективності експорту машинобудування при збереженні високого рівня ресурсо- та матеріаломісткості переважної більшості виробництв і відсутності ефективних інноваційних рішень та розробок;

4) посилення залежності від імпорту ключових, стратегічно важливих, високотехнологічних комплектуючих, зокрема двигунів;

5) зростання обсягів імпорту вживаної машинобудівної продукції проміжного і кінцевого споживання;

6) поглинання ТНК чи банкрутство національних виробничих потужностей машинобудування;

7) подальше падіння капітальних інвестицій, обсягів виробництва, інноваційності продукції, продуктивності праці та зайнятості.

Без перебільшення критичний стан вітчизняного машинобудування вимагає застосування не лише мотиваційних чи стимулюючих інструментів, а потребує цілеспрямованого відновлення ключових ланок ланцюга всього промислового сектору національної економіки із застосуванням прямого державного управління у тому числі. Для усунення негативних тенденцій у розвитку машинобудування в Україні необхідно провадити цілеспрямовану державну промислову політику, зорієнтовану на:

- формування надійної системи науково-технічного та виробничого співробітництва між потужними вітчизняними компаніями, науково-дослідними інституціями і МСП із метою

виготовлення готової продукції, деталей та комплектуючих, які відповідають міжнародним технічним регламентам і загальноприйнятим світовим стандартам;

- заохочення розвитку МСП та внутрішнього інвестування, пріоритетними напрямками якого мають бути капіталовкладення в оновлення і модернізацію обладнання, а також впровадження ресурсозберігаючих технологій для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках; запровадження програм кредитування МСП у співпраці з міжнародними організаціями;

- посилення мотивації іноземних компаній до перенесення виробництв на територію України; залучення інвестицій міжнародних компаній шляхом створення сприятливого нормативно-правового поля та реалізації спільних інвестиційних проєктів, передусім інноваційного спрямування;

- розробку інституційної системи просування експорту – від маркетингових стратегій до заходів пом'якшення фінансових ризиків для експортерів; промоцію вітчизняних товарів та брендів із метою закріплення на ринках окремих нішевих сегментів для масової, але технічно складної продукції машинобудування, зокрема кабельно-провідникової;

- впровадження стимулюючих та компенсаційних механізмів (зокрема фіскальних) на державному, регіональному та місцевому рівнях у напрямку підтримки ключових секторів машинобудування, продукція яких придатна (і перспективна) для експорту;

- спрямування політики імпортозаміщення на посилення орієнтації певних категорій промислових виробництв (конкурентних передусім за ціновими параметрами) на задоволення потреб внутрішнього ринку як у споживчих товарах для населення, так і продукції промислового призначення (товарів проміжного споживання). Останнє, зокрема, передбачає імпортозаміщення у сегменті деталей і вузлів, необхідних для виготовлення кінцевої продукції машинобудування.

Як доводить світова практика (зокрема досвід розвинутих індустріальних країн, зокрема таких як Німеччина і Франція), одним із найдієвіших інструментів реалізації політики імпортозаміщення є система державних закупівель. Активне систематичне використання цього інструменту дозволить цілеспрямовано розвивати стратегічно важливі машинобудівні виробництва у сегментах проміжного споживання і валового нагромадження основного капіталу.

Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку вбачаються у науково-аналітичному обґрунтуванні ролі машинобудування (як стратегічного сегмента промисловості) у забезпеченні збалансованої взаємодії усіх секторів національної економіки.

Джерела та література

1. Імплементация Угоди про асоціацію між Україною та ЄС: економічні виклики та нові можливості : наукова доповідь / за ред. акад. НАН України В.М. Гейця та чл.-кор. НААН України Т.О. Осташко ; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». К., 2016. 184 с. Режим доступу : <http://ief.org.ua/docs/sr/293.pdf>

2. Амоша О. І., Булеєв І. П. та ін. Промисловість України – 2016: стан та перспективи розвитку : науково-аналітична доповідь / Інститут економіки промисловості НАН України. К., 2017. 120 с. Режим доступу: https://iie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2017/Dopovid_2017.pdf

3. Smerichevskiy S.F., Kryvoviazkiuk I.V. Research on the development of the machine-building industry of Ukraine: state and prospects – multi-authored monograph. – Latvia: «Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2017. 200 p. URL: <https://cutt.ly/dZbW7HS>

4. Промислова політика як ключовий інструмент стратегії розвитку : науково-аналітична доповідь / за ред. д-ра екон. наук Дейнеко Л.В.; НАН України, ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України». К., 2019. – Режим доступу : <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf>

5. Соколова Л. В., Стойка О. В. Сучасний стан машинобудування України та тенденції його розвитку за умов незбалансованої економіки. *Електронний журнал «Ефективна економіка»*. 2019. №11. Дніпро: Дніпровський державний аграрно-економічний університет. Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7378>. DOI: [10.32702/2307-2105-2019.11.5](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.11.5).

6. Гурочкіна В. В., Менчинська О. М. Особливості формування та функціонування інтегрованих структур в глобальних ланцюгах створення вартості. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. Хмельницький: Видавництво ХНУ, 2020. №3. С. 248-257. DOI: [10.31891/2307-5740-2020-282-3-43](https://doi.org/10.31891/2307-5740-2020-282-3-43)

7. Іщук С. О. Регіональні тренди розвитку машинобудування в Україні: статистична оцінка. *Статистика України*. 2021. № 3(94). С. 12-20. DOI: 10.31767/su.3(94)2021.03.02. Режим доступу: <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/issue/view/341>
8. Созанський Л. Й., Коваль Л. П. Тенденції та особливості функціонування машинобудування України. *Інвестиції: практика та досвід*. 2021. № 22. С. 55-62. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.22.55. Режим доступу: <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7692&i=8>
9. Офіційний сайт Державної служби статистики України, 2022. Статистична інформація. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

References

1. Geyets, V. M., & Ostashko, T. O. (Eds.) (2016). Implementatsiya Uhody pro asotsiatsiyu mizh Ukrayinoyu ta YES: ekonomichni vyklyky ta novi mozhlyvosti [The Implementation of the Association Agreement between Ukraine and the EU: Economic Challenges and Opportunities]: Scientific Report. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of NAS of Ukraine. Retrieved from <http://ief.org.ua/docs/sr/293.pdf>. [in Ukrainian]
2. Amosha, O. I. (Ed.), & Bulyeyev, I. P. (2017). Promyslovist' Ukrayiny – 2016: stan ta perspektyvy rozvytku. [Industry of Ukraine – 2016: state and prospects of development]: Scientific Report. Kyiv: Institute of Industrial Economics of the National Academy of Sciences of Ukraine. Retrieved from https://iie.org.ua/wp-content/uploads/monografiyi/2017/Dopovid_2017.pdf. [in Ukrainian]
3. Smerichevsky, S. F. (Ed.), Kryvoviazuk, I. V., Raicheva, L. I., Smerichevska, S. V., Sardak, S. E., Kolbushkin, Yu. P., Shevchenko, A. V., & Malovychko, A. S. (2017). Doslidzhennya rozvytku mashynobudivnoyi haluzi Ukrayiny: stan ta perspektyvy [Research on the Development of the Machine-Building Industry of Ukraine: State and Prospects]. Latvia: «Izdevnieciba «Baltija Publishing». Retrieved from <https://cutt.ly/dZbW7HS>. [in Ukrainian]
4. Deyneko, L. V. (Ed.) (2019). Promyslova polityka yak klyuchovyy instrument stratehiyi rozvytku [Industrial policy as a key tool of development strategy]: Scientific Report. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of NAS of Ukraine. Retrieved from <http://ief.org.ua/docs/sr/304.pdf>. [in Ukrainian]
5. Sokolova, L., & Stoyka, O. (2019). Suchasnyy stan mashynobuduvannya Ukrayiny ta tendentsiyi yoho rozvytku za umov nezbilansovanoi ekonomiky [The current state of machine-building in Ukraine and the tendency of its development under conditions of unbalanced economy]. *Efektivna ekonomika* [Online], vol. 11. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7378>. DOI: 10.32702/2307-2105-2019.11.5. [in Ukrainian]
6. Hurochkina, V. V., & Menchynska, O. M. (2020). Osoblyvosti formuvannya ta funktsionuvannya intehrovanykh struktur v hlobal'nykh lantsyuhakh stvorenniya vartosti [Features of formation and functioning of integrated structures in global value chains]. *Naukovyy visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu – Bulletin of Khmelnytskyi national university*, 3, ser. *Economic sciences*, 248-257. Khmelnytsky National University. DOI: 10.31891/2307-5740-2020-282-3-43. [in Ukrainian]
7. Ishchuk, S. O. (2021). Rehional'ni trendy rozvytku mashynobuduvannya v Ukrayini: statystychna otsinka [Regional Trends in the Development of Mechanical Engineering in Ukraine: A Statistical Assessment]. *Statystyka Ukrainy – Statistics of Ukraine*, 3, 12–20. Retrieved from <https://su-journal.com.ua/index.php/journal/article/view/341>. [in Ukrainian]
8. Sozansky, L. Y., & Koval, L. P. (2021). Tendentsiyi ta osoblyvosti funktsionuvannya mashynobuduvannya Ukrayiny [Trends and features of the functioning of mechanical engineering in Ukraine]. *Investytsiyi: praktyka ta dosvid – Investments: practice and experience*, 22, 55–62. DOI: 10.32702/2306-6814.2021.22.55. Retrieved from <http://www.investplan.com.ua/?op=1&z=7692&i=8>. [in Ukrainian]
9. State Statistics Service of Ukraine (2022). *Official site of the State Statistics Service of Ukraine*. Retrieved from: <http://www.ukrstat.gov.ua>. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.05.2022 р.

УДК 339.5-047.44/.72(477:438:498:437:478)

Тоцька Олеся,
доктор економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра фінансів,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0003-4748-2134,
e-mail: Totska.Olesia@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-90-98>

ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ТОВАРАМИ УКРАЇНИ З ПОЛЬЩЕЮ, РУМУНІЄЮ, СЛОВАЧЧИНОЮ ТА МОЛДОВОЮ: АНАЛІЗ І ПРОГНОЗУВАННЯ

Метою статті є комплексний аналіз і прогнозування експортно-імпортних операцій з товарами між Україною та сусідніми країнами: Польщею, Румунією, Словаччиною і Республікою Молдова. Аналіз проводився на основі статистичних даних Державної служби статистики України за 2011–2021 рр. Для прогнозування показників зовнішньої торгівлі товарами України на три роки (2022–2024) використано метод екстраполяції трендів. Визначено, що найбільше товарів експортувалось до Польщі (від 3,8 до 7,7 %), найбільші частки в імпорті товарів належали також Польщі (від 3,9 до 7,6 %). Згідно прогнозних моделей, передбачається зростання експортно-імпортних операцій України з усіма аналізованими країнами. Найбільшу імовірність мають прогнозні показники експорту товарів до Польщі та Румунії.

Ключові слова: експорт, імпорт, товари, Україна, Польща, Румунія, Словаччина, Республіка Молдова.

**Totska Olesia,
D.Sc. (Economics), Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Finance,
Lutsk**

FOREIGN TRADE IN UKRAINIAN GOODS WITH POLAND, ROMANIA, SLOVAKIA AND MOLDOVA: ANALYSIS AND FORECASTING

Introduction. Poland, Romania, Slovakia and the Republic of Moldova are Ukraine's geographical neighbors. The proximity of the location facilitates Ukraine's foreign trade with these countries. However, export-import operations with each neighboring country have their own characteristics and prospects. The purpose of the article is a comprehensive analysis and forecasting of export-import transactions with goods between Ukraine and neighboring countries: Poland, Romania, Slovakia and the Republic of Moldova. Results. The analysis was conducted on the basis of statistical data of the State Statistics Service of Ukraine for 2011–2021. The method of extrapolation of trends was used to forecast the indicators of foreign trade in goods of Ukraine for three years (2022–2024). Exports of goods from Ukraine to Poland were quite high: from 1,977.3 million dollars US in 2015 to 5,227.6 million dollars US in 2021; imports – from 2,324.0 million dollars US in 2015 to 4,958.8 million dollars US in 2021 Exports of goods from Ukraine to Romania were low: from 546.9 million dollars US in 2013 to 1,543.7 million dollars US in 2021; imports – from 318.2 million dollars US in 2015 to 1,117.2 million dollars US in 2011 Exports of goods from Ukraine to Slovakia were low: from 446.8 million dollars US in 2020 to 999.4 million dollars US in 2021; imports – from 346.3 million dollars US in 2015 to 1,143.4 million dollars US in 2020. Exports of goods from Ukraine to the Republic of Moldova were low: from 481.1 million dollars US in 2016 to 895.7 million dollars US in 2013; imports are even lower – from 41.2 million dollars US in 2015 to 125.9 million dollars USA in 2011. Conclusions. Among the analyzed countries, most goods were exported to Poland (from 3.8 to 7.7 %). The largest shares in imports of goods also belonged to Poland (from 3.9 to 7.6 %). According to the forecast models, the growth of export-import commodity operations of Ukraine with all analyzed countries is expected. However, the war on the territory of Ukraine may hinder their implementation. Forecasts of exports of goods to Poland and Romania are the most likely.

Keywords: export, import, goods, Ukraine, Poland, Romania, Slovakia, the Republic of Moldova.

Постановка проблеми та її значення. Польща, Румунія, Словаччина та Республіка Молдова є географічними сусідами України. Близькість розташування сприяє зовнішній торгівлі України з цими державами. Однак експортно-імпорتنі операції з кожною країною-сусідкою мають свої особливості та перспективи. Оскільки показники експорту й імпорту товарів займають найбільшу частку у структурі платіжного балансу України, то дослідження зовнішньоторговельних відносин України з різними державами світу, особливо європейськими, є, на нашу думку, доцільним і актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі наявна низка публікацій, присвячених дослідженню економічних аспектів транскордонного співробітництва України і її географічних сусідів. Так, Е. Кастакова та Д. Бебякова (2016) оцінили економічний вплив впровадження Поглибленої та всеохопної зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом (далі – ЄС) на зовнішню торгівлю Словаччини й України [1]; С. Коляденко й ін. (2020) здійснили аналіз та прогнозування українського аграрного експорту до країн ЄС, зокрема Польщі, Румунії, Словаччини [2]; С. Мороз й ін. (2017) оцінили сучасний стан і перспективи торговельних відносин між Україною та ЄС (Вишеградський вектор) [3]; Л. Нагьова й ін. (2018) проаналізували експортну торгівлю між Україною та країнами Вишеградської групи [4]; Н. Непрядкіна (2017) розглянула специфіку зовнішньої торгівлі послугами України з країнами Східної Європи [5]; В. Кушнірук і Т. Іваненко (2017) проаналізували тенденції та перспективи розвитку експорту й імпорту товарів і послуг підприємствами України на регіональному рівні [6]. Своєю чергою, автором (2021) було проаналізовано країни ЄС за обсягом товарообороту з Україною в 2020 р. [7].

Однак у цих публікаціях не було здійснено комплексного аналізу та прогнозування торгівлі товарами України із сусідніми країнами.

Мета статті – комплексний аналіз і прогнозування експортно-імпорتنих операцій з товарами між Україною та сусідніми країнами: Польщею, Румунією, Словаччиною і Республікою Молдова.

Викладення основного матеріалу та обґрунтування отриманих результатів дослідження. Для прогнозування показників зовнішньої торгівлі товарами України використано метод екстраполяції трендів. Екстраполяція – поширення минулих і сучасних закономірностей, зв'язків і співвідношень на майбутнє. Тренд відображає тенденцію зміни явища в часі.

Прогнозування показників зовнішньої торгівлі України з сусідніми державами проводилося на три роки (2022–2024) на основі фактичних даних за одинадцять років (2011–2021). Для кожного показника було побудовано поліноміальну трендову модель вигляду:

$$y = a_2x^2 + a_1x + a_0,$$

де a_0, a_1, a_2 – константи, x – час.

На рисунках крім рівнянь тренду наведено також величини достовірності апроксимації R^2 (число від 0 до 1, що відображає близькість значень лінії тренда до фактичних даних; чим воно ближче до 1, тим точніше модель описує фактичні дані).

Зауважимо, що статистичні дані Державної служби статистики України [8] подано таким чином: за 2011–2014 рр. – без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим (далі – АРК) і м. Севастополя;

2015–2016 рр. – без урахування тимчасово окупованої території АРК, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції;

2017–2021 рр. – без урахування тимчасово окупованої території АРК, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій і Луганській областях.

Зовнішня торгівля товарами України з Польщею

Аналіз експортно-імпорتنих товарних операцій України з Польщею проведемо на основі табл. 1.

Таблиця 1

Зовнішня торгівля товарами України з Польщею (млн дол. США)

Рік	Загальний експорт товарів	Експорт товарів до Польщі	%	Загальний імпорт товарів	Імпорт товарів із Польщі	%	Баланс
2011	67 594,1	2 791,8	4,1	81 040,5	3 164,2	3,9	-372,4
2012	67 779,8	2 571,0	3,8	83 135,4	3 545,4	4,3	-974,3

2013	62 305,9	2 545,4	4,1	75 834,6	4 052,4	5,3	-1 507,0
2014	53 901,7	2 644,7	4,9	54 428,7	3 070,8	5,6	-426,2
2015	38 127,1	1 977,3	5,2	37 516,4	2 324,0	6,2	-346,7
2016	36 361,7	2 200,0	6,1	39 249,8	2 693,3	6,9	-493,3
2017	43 264,7	2 724,6	6,3	49 607,2	3 453,8	7,0	-729,2
2018	47 335,0	3 257,2	6,9	57 187,6	3 641,9	6,4	-384,7
2019	50 054,6	3 295,8	6,6	60 800,2	4 109,1	6,8	-813,2
2020	49 191,8	3 272,7	6,7	54 336,1	4 140,9	7,6	-868,2
2021	68 089,3	5 227,6	7,7	72 816,8	4 958,8	6,8	268,8
Прогнозні дані							
2022		5 511,7			5 542,3		
2023		6 440,6			6 282,7		
2024		7 485,6			7 117,8		

Джерело: Власний розрахунок на основі [8].

Експорт товарів з України в Польщу був доволі високим: від 1 977,3 млн дол. США в 2015 р. до 5 227,6 млн дол. США в 2021 р.; імпорт – від 2 324,0 млн дол. США в 2015 р. до 4 958,8 млн дол. США в 2021 р. Тобто в 2021 р. експортно-імпорتنі товарні операції України з Польщею досягнули свого піку за аналізований період. Імпорт в усі роки, окрім 2021, перевищував експорт. Найбільша різниця між експортом й імпортом спостерігалася в 2013 р. – на суму - 1 507,0 млн дол. США.

Частка експорту товарів до Польщі в загальній сумі експорту товарів була в межах від 3,8 до 7,7 %. Частка імпорту товарів із Польщі була майже ідентичною до частки експорту: від 3,9 до 7,6 %.

На рис. 1 відображено прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Польщею.

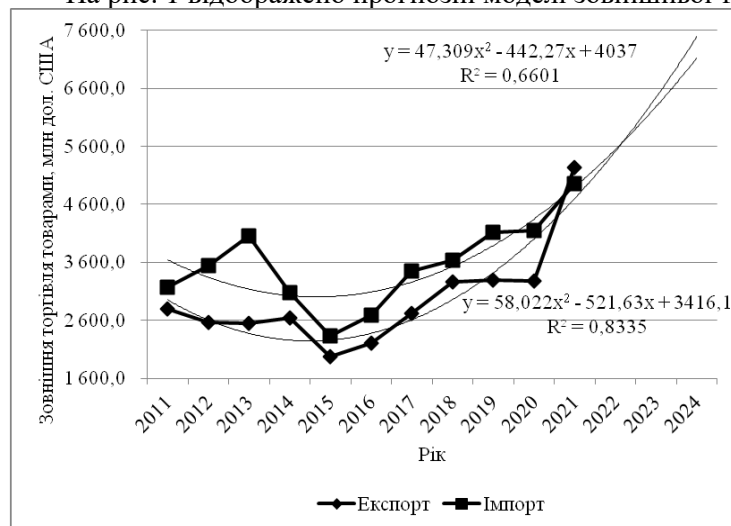


Рис. 1. Прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Польщею (млн дол. США)

Джерело: Сформовано автором на основі табл. 1.

Як видно з рис. 1 та прогнозних даних у табл. 1, обидві моделі передбачають збільшення експорту й імпорту в наступні три роки. Причому величини R^2 є доволі високими ($>0,6$), що пояснюється позитивною динамікою показників з 2016 р. (окрім експорту за 2020 р.).

Зовнішня торгівля товарами України з Румунією

Аналіз експортно-імпорتنих товарних операцій України з Румунією проведемо на основі табл. 2.

Таблиця 2

Зовнішня торгівля товарами України з Румунією (млн дол. США)

Рік	Загальний експорт товарів	Експорт товарів до Румунії	%	Загальний імпорт товарів	Імпорт товарів із Румунії	%	Баланс
2011	67 594,1	945,7	1,4	81 040,5	1 117,2	1,4	-171,5
2012	67 779,8	549,7	0,8	83 135,4	921,3	1,1	-371,6
2013	62 305,9	546,9	0,9	75 834,6	896,1	1,2	-349,2
2014	53 901,7	584,1	1,1	54 428,7	847,7	1,6	-263,6
2015	38 127,1	569,9	1,5	37 516,4	318,2	0,8	251,7
2016	36 361,7	717,0	2,0	39 249,8	380,7	1,0	336,2
2017	43 264,7	841,6	1,9	49 607,2	458,0	0,9	383,6
2018	47 335,0	932,6	2,0	57 187,6	511,1	0,9	421,5
2019	50 054,6	1 005,6	2,0	60 800,2	645,5	1,1	360,1
2020	49 191,8	1 081,0	2,2	54 336,1	682,4	1,3	398,5
2021	68 089,3	1 543,7	2,3	72 816,8	796,4	1,1	747,3
Прогнозні дані							
2022		1 757,0			1 019,5		
2023		2 076,4			1 254,8		
2024		2 434,4			1 531,7		

Джерело: Власний розрахунок на основі [8].

Експорт товарів з України в Румунію був невисоким: від 546,9 млн дол. США в 2013 р. до 1 543,7 млн дол. США в 2021 р.; імпорт – від 318,2 млн дол. США в 2015 р. до 1 117,2 млн дол. США в 2011 р. У 2011–2014 рр. імпорт перевищував експорт, з 2015 р. ситуація змінилася на протилежну. Найбільша різниця між експортом й імпортом спостерігалася в 2021 р. – на суму 747,3 млн дол. США.

Частка експорту товарів до Румунії в загальній сумі експорту товарів була в межах від 0,8 до 2,3 %. Частка імпорту товарів із Румунії була також невисокою: від 0,8 до 1,6 %.

На рис. 2 відображено прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Румунією.

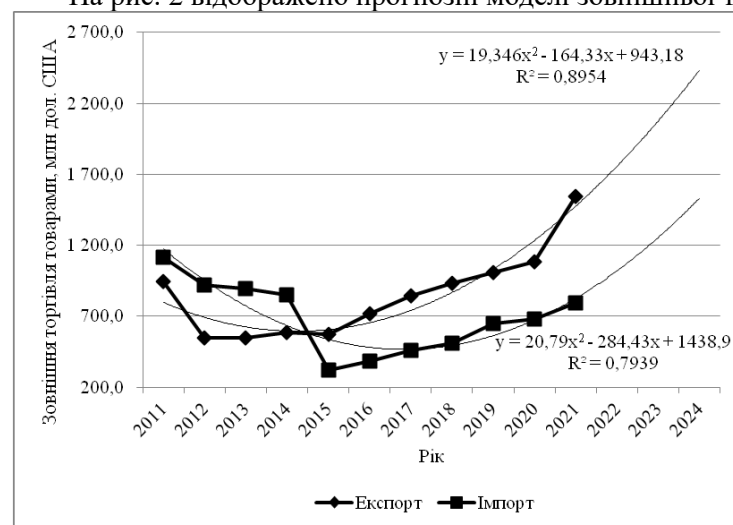


Рис. 2. Прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Румунією (млн дол. США)

Джерело: Сформовано автором на основі табл. 2.

Як видно з рис. 2 і прогнозних даних у табл. 2, обидві моделі передбачають збільшення експорту й імпорту в наступні три роки. Величини R^2 є точнішими, порівняно з Польщею ($>0,7$), що пояснюється позитивною динамікою показників з 2016 р.

Зовнішня торгівля товарами України зі Словаччиною

Аналіз експортно-імпортних товарних операцій України зі Словаччиною проведемо на основі табл. 3.

Таблиця 3

Зовнішня торгівля товарами України зі Словаччиною (млн дол. США)

Рік	Загальний експорт товарів	Експорт товарів до Словаччини	%	Загальний імпорт товарів	Імпорт товарів зі Словаччини	%	Баланс
2011	67 594,1	833,7	1,2	81 040,5	594,3	0,7	239,4
2012	67 779,8	665,2	1,0	83 135,4	580,1	0,7	85,0
2013	62 305,9	747,4	1,2	75 834,6	652,2	0,9	95,2
2014	53 901,7	670,2	1,2	54 428,7	426,9	0,8	243,2
2015	38 127,1	468,5	1,2	37 516,4	346,3	0,9	122,2
2016	36 361,7	471,4	1,3	39 249,8	434,9	1,1	36,5
2017	43 264,7	656,0	1,5	49 607,2	508,7	1,0	147,3
2018	47 335,0	863,9	1,8	57 187,6	525,9	0,9	338,0
2019	50 054,6	709,6	1,4	60 800,2	651,8	1,1	57,8
2020	49 191,8	446,8	0,9	54 336,1	1 143,4	2,1	-696,6
2021	68 089,3	999,4	1,5	72 816,8	923,0	1,3	76,4
Прогнозні дані							
2022		970,2			1 274,5		
2023		1 105,4			1 525,9		
2024		1 260,8			1 809,9		

Джерело: Власний розрахунок на основі [8].

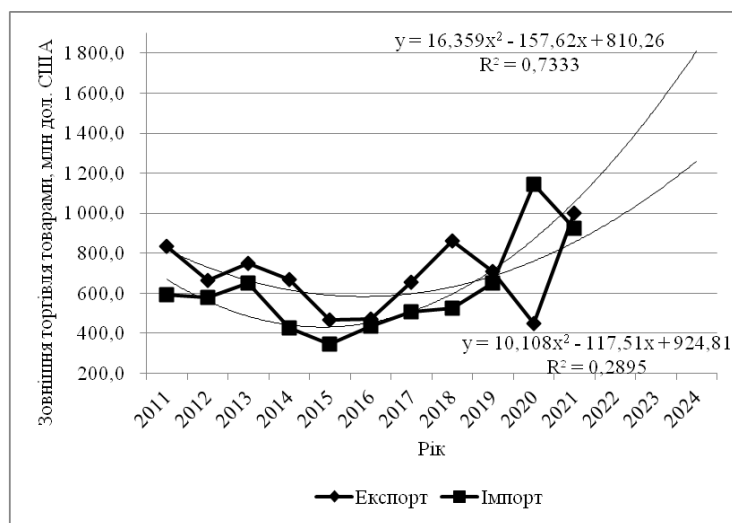


Рис. 3. Прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України зі Словаччиною (млн дол. США)

Джерело: Сформовано автором на основі табл. 3.

Експорт товарів з України в Словаччину був невисоким: від 446,8 млн дол. США в 2020 р. до 999,4 млн дол. США в 2021 р.; імпорт – від 346,3 млн дол. США в 2015 р. до 1 143,4 млн дол. США в 2020 р.

2020 р. Експорт перевищував імпорт в усі роки, окрім 2020 р. Найбільша різниця між експортом й імпортом спостерігалася в 2020 р. – на суму -696,6 млн дол. США.

Частка експорту товарів до Словаччини в загальній сумі експорту товарів була в межах від 0,9 до 1,8 %. Частка імпорту товарів зі Словаччини була також невисокою: від 0,7 до 2,1 %.

На рис. 3 відображено прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України зі Словаччиною

Як видно з рис. 3 і прогнозних даних у табл. 3, обидві моделі передбачають збільшення експорту в 2023–2024 рр. й імпорту в наступні три роки. Величина R^2 для експорту є невисокою ($>0,2$), а для імпорту значно більшою ($>0,7$).

Зовнішня торгівля товарами України з Республікою Молдова

Аналіз експортно-імпортних товарних операцій України з Республікою Молдова проведемо на основі табл. 4.

Таблиця 4

Зовнішня торгівля товарами України з Республікою Молдова (млн дол. США)

Рік	Загальний експорт товарів	Експорт товарів до Молдови	%	Загальний імпорт товарів	Імпорт товарів із Молдови	%	Баланс
2011	67 594,1	864,7	1,3	81 040,5	125,9	0,2	738,7
2012	67 779,8	812,4	1,2	83 135,4	114,7	0,1	697,7
2013	62 305,9	895,7	1,4	75 834,6	92,4	0,1	803,3
2014	53 901,7	743,6	1,4	54 428,7	61,9	0,1	681,8
2015	38 127,1	524,3	1,4	37 516,4	41,2	0,1	483,1
2016	36 361,7	481,1	1,3	39 249,8	47,6	0,1	433,5
2017	43 264,7	707,6	1,6	49 607,2	106,7	0,2	600,9
2018	47 335,0	789,2	1,7	57 187,6	118,1	0,2	671,1
2019	50 054,6	726,6	1,5	60 800,2	91,3	0,2	635,3
2020	49 191,8	679,6	1,4	54 336,1	74,1	0,1	605,5
2021	68 089,3	864,2	1,3	72 816,8	112,4	0,2	751,8
Прогнозні дані							
2022		941,1			136,2		
2023		1 057,9			160,5		
2024		1 193,7			188,6		

Джерело: Власний розрахунок на основі [8].

Експорт товарів з України в Республіку Молдова був невисоким: від 481,1 млн дол. США в 2016 р. до 895,7 млн дол. США в 2013 р.; імпорт ще меншим – від 41,2 млн дол. США в 2015 р. до 125,9 млн дол. США в 2011 р. Експорт в усі роки перевищував імпорт. Найбільша різниця між експортом й імпортом спостерігалася в 2013 р. – на суму 803,3 млн дол. США.

Частка експорту товарів до Республіки Молдова в загальній сумі експорту товарів була в межах від 1,2 до 1,7 %. Частка імпорту товарів із Республіки Молдова була ще меншою: від 0,1 до 0,2 %.

На рис. 4 відображено прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Республікою Молдова.

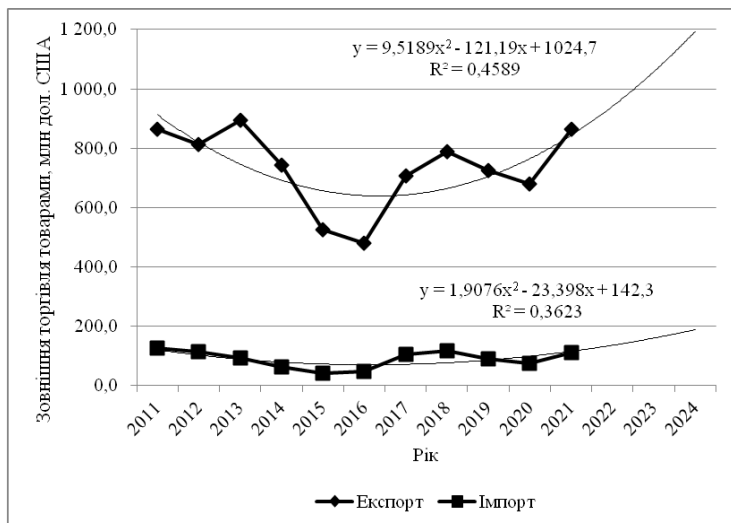


Рис. 4. Прогнозні моделі зовнішньої торгівлі товарами України з Республікою Молдова (млн дол. США)

Джерело: Сформовано автором на основі табл. 4.

Як видно з рис. 4 та прогнозних даних у табл. 4, обидві моделі передбачають збільшення експорту й імпорту в наступні три роки. Величини R^2 є невисокими ($>0,3$), що пояснюється неоднорідною динамікою показників у 2011–2021 рр.

Товарна структура зовнішньої торгівлі України.

Для повноти картини щодо зовнішньої торгівлі України доцільно розглянути і її товарну структуру. У 2021 р. найбільшу частку (понад 5 %) у загальному експорті займали такі товари: зернові культури (18,1 %); жири та олії тваринного або рослинного походження (10,3 %); руди, шлак і зола (10,5 %); чорні метали (20,5 %). Своєю чергою, в 2021 р. найбільшу частку (понад 5 %) у загальному імпорті займали такі товари: палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки (19,7 %); реактори ядерні, котли, машини (11 %); електричні машини (8,5 %); засоби наземного транспорту, крім залізничного (9,7 %) [9].

Щодо сусідніх країн, найбільше (≥ 10 % у загальному обсязі експорту товарів до певної країни) експортувалося таких товарів: до Польщі – руди, шлаки і зола (10,6 %), чорні метали (26,6 %); Румунії – руди, шлаки і зола (13,4 %), чорні метали (16,1 %), електричні машини (14,6 %); Словаччини – руди, шлаки і зола (47,8 %); Республіки Молдови – чорні метали (10 %), електричні машини (10,1 %).

Водночас найбільші величини (≥ 10 % у загальному обсязі імпорту товарів з певної країни) імпорту спостерігалися для таких товарів: з Польщі – засоби наземного транспорту крім залізничного (10,4 %); Румунії – електричні машини (17 %), засоби наземного транспорту крім залізничного (18,8 %); Словаччини – палива мінеральні; нафта і продукти її перегонки (10,8 %), реактори ядерні, котли, машини (17,5 %), засоби наземного транспорту крім залізничного (23,5 %); Республіки Молдови – чорні метали (32,2 %) [10].

Висновки і перспективи подальших досліджень. Серед аналізованих країн найбільше товарів з України експортувалось до Польщі (від 3,8 до 7,7 % загального експорту товарів). Найбільші частки в імпорті товарів до України належали також Польщі (від 3,9 до 7,6 % загального імпорту товарів). Згідно прогнозних моделей, передбачається зростання експортно-імпортних товарних операцій України з усіма аналізованими країнами. Однак війна на території України може завадити їх реалізації. Найбільшу імовірність мають прогнозні показники експорту товарів до Польщі та Румунії (величини R^2 побудованих для них трендових моделей $>0,8$). Для повноти дослідження доцільним є аналіз і прогнозування експортно-імпортних операцій із послугами між Україною та сусідніми країнами: Польщею, Румунією, Словаччиною, Республікою Молдова.

Джерела та література

1. Kastakova E., Bebiakova D. Estimated economic impact of the implementation of the DCFTA on the foreign trade of Slovakia and the Ukraine. *16-th international scientific conference proceedings on Globalization and its socio-economic consequences*, 5th – 6th October 2016, Rajecke Teplice, Slovak Republic. Zilina: GEORG, 2016. Part 2. P. 831–838.
2. Koliadenko S., Andreichenko A., Galperina L., Minenko S., Kovylyna M. Analysis and forecasting of Ukrainian agrarian exports to the EU countries. *Agricultural and resource economics-international scientific e-journal*. 2020. Vol. 6, No 3. P. 29–47.
3. Moroz S., Nagyova L., Bilan Y., Horska E., Polakova Z. The current state and prospects of trade relations between Ukraine and the European Union: the Visegrad vector. *ECONOMIC ANNALS-XXI*. 2017. Vol. 163, Issue 1–2. P. 14–21.
4. Nagyova L., Horakova M., Moroz S., Horska E., Polakova Z. The analysis of export trade between Ukraine and Visegrad countries. *E & M EKONOMIE A MANAGEMENT*. 2018. Vol. 21, Issue 2. P. 115–132.
5. Непрядкіна Н. В. Специфіка зовнішньої торгівлі послугами України з країнами Східної Європи. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер.: Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2017. Вип. 6. С. 50–53.
6. Kushniruk V., Ivanenko T. Analysis of trends and prospects for development of export and import of goods and services by enterprises of Ukraine at the regional level. *Baltic journal of economic studies*. 2017. Vol. 3, No 5. P. 252–259.
7. Тоцька О. Л. ABC-аналіз країн ЄС за обсягом товарообороту з Україною в 2020 році. *Управління ресурсним забезпеченням господарської діяльності підприємств реального сектору економіки: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. інт.-конф. з міжнар. участю*, 17 листоп. 2021 р. Полтава: ПДАУ, 2021. С. 131–133.
8. Географічна структура зовнішньої торгівлі України товарами у 2011–2021 роках. *Державна служба статистики України*: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
9. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2021 році. *Державна служба статистики України*: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Країни за товарною структурою зовнішньої торгівлі України за січень-грудень 2021 року. *Державна служба статистики України*: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

References

1. Kastakova, E., & Bebiakova, D. (2016). Estimated economic impact of the implementation of the DCFTA on the foreign trade of Slovakia and the Ukraine. *16-th international scientific conference proceedings on Globalization and its socio-economic consequences, Slovak Republic*, 2, 831–838.
2. Koliadenko, S., Andreichenko, A., Galperina, L., Minenko, S., & Kovylyna, M. (2020). Analysis and forecasting of Ukrainian agrarian exports to the EU countries. *Agricultural and resource economics-international scientific e-journal*, 6(3), 29–47.
3. Moroz, S., Nagyova, L., Bilan, Y., Horska, E., & Polakova, Z. (2017). The current state and prospects of trade relations between Ukraine and the European Union: the Visegrad vector. *ECONOMIC ANNALS-XXI*, 163(1–2), 14–21.
4. Nagyova, L., Horakova, M., Moroz, S., Horska, E., & Polakova, Z. (2018). The analysis of export trade between Ukraine and Visegrad countries. *E & M EKONOMIE A MANAGEMENT*, 21(2), 115–132.
5. Nepriadkina, N. V. (2017). Spetsyfyka zovnishnoi torhivli posluhamy Ukrainy z krainamy Skhidnoi Yevropy [Specifics of Ukrainian Services Foreign Trade with the Countries of Eastern Europe]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Ser.: Mizhnarodni vidnosyny. Ekonomika. Krainoznavstvo. Turyzm [Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Ser.: International Relations. Economy. Local lore. Tourism]*, 6, 50–53 [in Ukrainian].
6. Kushniruk V., & Ivanenko T. (2017). Analysis of trends and prospects for development of export and import of goods and services by enterprises of Ukraine at the regional level. *Baltic journal of economic studies*, 3(5), 252–259.
7. Totska, O. L. (2021). ABC-analiz krain YeS za obsiahom tovarooborotu z Ukrainoiu v 2020 rotsi [ABC-analysis of EU countries in terms of trade with Ukraine in 2020]. *Upravlinnia resursnym zabezpechenniam hospodarskoi diialnosti pidpriemstv realnoho sektoru ekonomiky: materialy VI Vseukr. nauk.-prakt. int.-konf. z mizhnar. uchastiu [Management of resource provision of economic activity of enterprises of the real sector of the economy: materials VI All-Ukrainian scientific-practical int.-conf. with international participation]*, Ukraine, 131–133 [in Ukrainian].

8. Derzhavna sluzhba statyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. (2022). *Ukraine's Foreign Trade in Goods, 2011–2021*. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

9. Derzhavna sluzhba statyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. (2022). *Commodity Pattern of Foreign Trade of Ukraine, 2021*. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

10. Derzhavna sluzhba statyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. (2022). *Krainy za tovarnoiu strukturoiu zovnishnoi torhivli Ukrainy za sichen-hruden 2021 roku* [Countries by Commodity Structure of Ukraine's Foreign Trade in January-December 2021]. <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 19.05.2022 р.

УДК 339.138

Лялюк Алла,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра підприємництва і маркетингу,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-4889-0511
e-mail: lyalyuk.alla@vnu.edu.ua

Сак Тетяна,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра підприємництва і маркетингу,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0002-7202-3426,
email : sak.tatiana@vnu.edu.ua

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-99-107>

ФОРМУВАННЯ ОМНІКАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СТРАТЕГІЙ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто роль електронної торгівлі в наш час. Визначено світові тенденції розвитку онлайн торгівлі. Досліджено розвиток е-комерції в Україні та проаналізовані основні економічні показники її розвитку. Показано еволюцію розвитку торгівлі від офлан до онлайн продаж. Досліджено динаміку інновації в комунікаціях у ритейлі. Виявлено фактори, які впливають на зміни у купівельній поведінці покупців під впливом таких факторів як зростання цифровізації суспільства та наслідки пандемії. Розроблено омніканьну маркетингову стратегію роздрібногo торгового підприємства. Описано приклади компаній які успішно застосовують омніканьну модель.. Зроблено висновок про те, що успішна стратегія omni-channel ставить споживача в центр уваги, забезпечуючи ідеальні умови для здійснення покупок з використанням різних каналів, платформ і засобів, тому успіх ритейла зводиться до того, щоб вибудувати із споживачем такі відносини, які витримують випробування часом і принесуть дохід завдяки постійно підтримуваній лояльності споживачів незалежно від того, чи це онлайн продаж чи покупка в звичайному магазині.

Ключові слова: роздрібна торгівля, онлайн продаж, офлайн продаж, омніканьна маркетингова стратегія, споживач.

Lialuk Alla,
Associate Professor, Ph.D. in Economics,
Lesia Ukrainka Volyn National University,
Entrepreneurship and Marketing Department,
Lutsk

Sak Tetiana,
PhD, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
Department of Entrepreneurship and Marketing,
Lutsk

FORMATION OF OMNICAL MARKETING STRATEGIES IN RETAIL TRADE

The article considers the role of e-commerce in our time. The world tendencies of online trade development are determined. It is emphasized that large investments are being made in e-commerce, contactless opportunities and other technology updates. The development of e-commerce in Ukraine is studied and the main economic indicators of its development are analyzed. The main problems of e-shopping in Ukraine are named: fear of mistakes, lack of trust in online stores, lack of need for online shopping and the desire to see the product before buying. The evolution of trade development from offline to online sales is shown. It was noted that the impetus for the growth of online commerce in Ukraine is the government's approval of an action plan to create conditions for the development of mobile broadband access. The dynamics of innovation in retail communications is studied. It is emphasized that in a world of fierce

competition, business efforts to innovate to maintain and increase customer loyalty are rapidly moving to the norm instead of the wow effect, so to run a successful business you need to know your customers. audience and change with it. To do this, you need to understand what people live, what they choose and with whom they compare. Factors influencing changes in consumer buying behavior under the influence of such factors as the growth of digitalization of society and the consequences of the pandemic have been identified. An omnipotent marketing strategy of a retail trade enterprise has been developed. Examples of Watsons and Comfy that successfully use the omnichannel model are described. It is concluded that a successful omni-channel strategy puts the consumer in the spotlight, providing ideal conditions for shopping using different channels, platforms and tools, so the success of retail is to build a relationship with the consumer that withstands the test of time and bring in revenue through consistent customer loyalty, whether it's an online sale or a regular store purchase.

Key words: retail, online sales, offline sales, omnic marketing strategy, consumer

Постановка наукової проблеми та її значення. Незважаючи на те, що фізична (стаціонарна) роздрібна торгівля в магазинах на сьогодні залишається домінуючим каналом на цьому ринку, форми позамагазинної роздрібно торгівлі набувають усе більшої популярності. Розвиток цифрової роздрібно торгівлі тісно пов'язаний з постійним покращенням доступу до Інтернету, особливо в Інтернет-спільнотах, які орієнтуються на мобільні пристрої, які тривалий час боролися з традиційним фіксованим широкосмуговим підключенням через фінансові або інфраструктурні обмеження, але користуються перевагами дешевого мобільного широкосмугового з'єднання Купівля товарів і послуг в Інтернеті стала звичайною практикою багатьох людей у всьому світі. Деякі вирішують робити покупки в Інтернеті для зручності, інші через конкурентоспроможну ціну, яку пропонують деякі платформи електронної комерції. Тому настав час визначити, які зміни є невідворотними і як до них адаптуватися. Статистичні дані свідчать, що величина роздрібно ринку відображає хвилю змін, які зараз охоплюють економіки по всьому світу. Зокрема, багато роздрібно продавців приходять до розуміння використовувати нові формати, серед яких найбільшу роль відводиться застосуванню омніканальної моделі, яка спрямована на безперебійну інтеграцію офлайн- та онлайн-каналів.

Аналіз досліджень цієї проблеми. Проблеми електронної торгівлі і її значення для розвитку бізнесу досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці Боковець В. В., Давидюк Л. П., Бергер А. Д., Галета А. С., Ковачевська, Хэтуэй С., М. Юдін А. та ін. [2-3, 9-10, 13]. Проте малодослідженими залишають питання, що стосуються підпорядкуванню онлай і офлайнторгівлі в єдину маркетингову стратегію роздрібно підприємства: їх взаємодії і підпорядкуванням загальним цілям.

Мета і завдання статті. Метою статті є дослідити сучасні тенденції розвитку роздрібно торгівлі та обґрунтувати формування омніканальної маркетингової стратегії ритейлу з урахуванням змін у купівельній поведінці споживачів та технологічних інноваціях цифрової роздрібно торгівлі.

Виклад основного матеріалу. E-commerce (електронна комерція, від англ. *electronic commerce*) – це електронна купівля або продаж товарів через онлайн-сервіси або через інтернет. За останні кілька років електронна комерція стала невід'ємною частиною глобальної системи роздрібно торгівлі (retail) Як і в багатьох інших галузях, роздрібна торгівля зазнала суттєвих змін після появи Інтернету, і завдяки триваючій цифровізації сучасного життя споживачі практично з усіх країн тепер отримують вигоду від онлайн-покупок. Кількість покупців цифрових технологій у світі є зростає з кожним роком. Так, у 2019 р. близько 1,92 мільярда споживачів купували товари в Інтернеті [10]. У 2020 році електронні роздрібно продажі становили 18 відсотків усіх роздрібно продажів у всьому світі. Очікується, що у 2024 році цей показник досягне 21,8 відсотка. Інтернет-магазини є однією з найпопулярніших онлайн-діяльностей в усьому світі. У 2019 році глобальні електронні роздрібно продажі досягли 3,5 трильйона доларів США [12].

У світовому рейтингу інтернет-магазинів роздрібно торгівлі по відвідуваності лідирує Amazon. Гігант електронної комерції з Сіетла, зареєстрував у червні 2020 року понад 5,2 мільярда унікальних відвідувачів. Однак за валовою вартістю товарів (GMV) Amazon займає третє місце після Китаю, конкуренти Таобао і Tmall. Обидві платформи управляються Alibaba Group, провідним постачальником онлайн-торгівлі в Азії. Згідно з Statista.com, 63 % онлайн-покупців переходять на Amazon, щоб почати пошук товарів [10]. Популярність Amazon засвідчує її ріст акцій на фондовій

біржі, які зросли до 3351,9 дол (станом на 01.09.2020 р.), тоді як станом на 19.06.01 становили лише 1800 дол. Станом на 01.12.2021 акції дещо знизилися до 3300 дол. [1].

У світі налічується 7,9 мільйона роздрібних продавців (etailers) електронної комерції. Клієнти щомісяця витрачають 69 % свого дискреційного доходу в магазині. Крім того, проведені опитування виявили, що 87 % клієнтів будуть відвідувати ексклюзивний доступ до товарів або розпродаж у звичайних магазинах. 81 % клієнтів повідомили, що будуть відвідувати вечірки, організовані звичайними магазинами. Тим часом 80 % відвідають демонстрацію продукту у звичайних магазинах. 71 % клієнтів відвідають гру або змагання, організовані звичайними магазинами.

Зараз здійснюються великі інвестиції в електронну комерцію, безконтактні можливості та інші оновлення технологій. Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, LinkedIn і YouTube допомогли електронній комерції стати колосальною економічною силою, якою вона є зараз. 85% замовлень у соціальних мережах надходить із Facebook. Модні ритейлери перетворюють 89,3 % мобільного трафіку в продажі. 37% користувачів смартфонів здійснюють мобільний платіж у магазині принаймні раз на півроку. Прогнозується, що світовий ринок мобільних платежів зросте на 33 % до кінця 2022 року [14]. Серед великих ніш найбільший середній чек – у ніші комп'ютерів, телевізорів та мультимедійних пристроїв, тут він становить \$212. Найменша середня сума покупки – у ніші квітів та подарунків.

За даними Eurostat, у Європейському союзі на сегмент онлайн-торгівлі припадає понад 15 % усіх роздрібних продажів у сегменті B2C. Центром інтернет-торгівлі у Європі є Великобританія. Якщо говорити про кількість користувачів, які здійснюють покупки в інтернеті 81,5% всіх онлайн-продажів у Європі припадає лише на три країни – Велику Британію, Німеччину та Францію. 29 % європейських ритейлерів використовують 2 або 3 канали для продажу своїх товарів, тоді як половина продавців залучають покупців за допомогою трьох і більше каналів. Багатоканальність стає вимушеним заходом для ефективного розвитку бізнесу. Найбільшим ринком електронної комерції, що розвивається, є Індія. І з огляду на те, що проникнення Інтернету в країні на даний момент трохи більше 10 %, обсяги онлайн-торгівлі в країні продовжуватимуть ще дуже довго. Немає жодних сумнівів, що ринок електронної комерції продовжить зростати, адже навіть у країнах Заходу він показує позитивну динаміку, не кажучи вже про Східну Європу та країни Азії [4].

У 2020 році обсяг ринку e-commerce збільшився на 41 % і став одним з найдинамічніших в Україні, Показник досяг \$ 4 млрд, що становить 8,8 % від загального обсягу роздрібною торгівлі. При цьому, за останні 5 років ринок виріс майже втричі». Протягом наступних п'яти років прогнозується зростання у 2 рази. Серед основних факторів, що вплинули на зростання e-commerce в країні, серед іншого, виділяють: збільшення рівня проникнення інтернету та кількості користувачів смартфонів, обмеження, пов'язані з пандемією коронавірусу, а також зростання довіри до цифрових платіжних систем. Найбільшими за обсягом і найбільш розвиненими секторами електронної торгівлі в Україні є електроніка та одяг. У середньому, сектор одягу зріс на 26 % з 2016 року і досяг \$291 млн у 2020-му. Частка електронної комерції в роздрібній торгівлі одягом при цьому становила 6,8 %, а середній чек

\$24-31. У топі найбільших маркетплейсів в Україні: Rozetka, Prom, Allo, Bigl і Epicentr. Україна має найнижчий річний рівень витрат однієї особи в e-commerce, якщо порівнювати з сусідніми країнами - \$104. Найбільше витрачають в Чехії - \$841. Загалом український ринок електронної комерції мав найвищий темп росту у Центрально-Східній Європі - 41 % [6]. 39 % українців відзначили, що стали рідше купувати товари в класичних магазинах, одночасно 18 % респондентів відповіли, що віддавали перевагу покупкам онлайн. В основному офлайн українці купують продукти харчування (59 %), алкогольні напої (57 %) та лікарські засоби (52 %). До топ-3 категорій, які купують онлайн, увійшли косметика та парфумерія (18 %), побутова техніка та електроніка (17 %), дитячі товари та іграшки (16 %). 32% опитаних українців протягом наступних двох років планують більше купувати в онлайн-магазинах, натомість 20 % мають намір зменшити здійснення покупок у традиційних магазинах,

зі збільшенням доходу у населення зростає схильність до онлайн-покупок та відмови від покупок у традиційних магазинах. І навпаки, із зменшенням доходу українці на 10 % рідше користуються онлайн-магазинами. Найбільше серед населення стали витрачати на онлайн-покупки люди віком 16-

29 років (на 9 % більше, ніж люди віком 45 років). Основними проблемами, на думку аналітиків, здатними обмежити зростання ринку в майбутньому, є безпека і питання конфіденційності. Основні проблеми електронних покупок в Україні – це страх помилок, відсутність довіри до інтернет-магазини, відсутність потреби в онлайн-покупках і бажання побачити товар перед покупкою. Інтернетом регулярно користуються 71% українців (22,96 млн). За результатами дослідження, у 21 млн осіб є Інтернет вдома (65%). Зростання використання Інтернету простежується й в селах, так у 2019 році показник зріс на 5 % (58%), у 2018 році показник становив 53% [5]. Мобільний телефон або смартфон використовують 66 % користувачів, домашній ноутбук – 40 %, стаціонарний домашній комп'ютер використовують 36 %, а планшет лише 14 %. Серед «регулярних» користувачів 69 % використовують мобільні пристрої (смартфон + планшет), 22% використовують лише мобільні пристрої. 51% користувачів мають тільки один пристрій для користування Інтернетом, 35% – два пристрої і 14% – ти або більше. НКРЗІ схвалила проєкт розпорядження Кабінету Міністрів України «Про затвердження плану заходів щодо створення умов розвитку мобільного широкосмугового доступу». Нещодавно Кабінет міністрів підписав Меморандум з чотирма найбільшими мобільними операторами України про перерозподіл частот. У серпні 2021 року мобільні оператори «Київстар», «Vodafone Україна» і lifecell домовилися про перерозподіл радіочастот в діапазоні 900 МГц для забезпечення ефективного використання РЧР. До цього у липні президент Володимир Зеленський підписав указ №497/2019, який повинен вирішити проблему цифрової нерівності між містом і селом.

Щодо офлайну, по-перше, під час пандемії продавці навчилися взаємодіяти зі своїми покупцями по-іншому. Багато магазинів, перейшовши в режим, так би мовити, виживання, впровадили систему живого спілкування клієнт-консультант, для цього було використано досить велику кількість технологій. Є ринкові приклади, коли клієнт показує відео, наприклад, рейлів одягу в прямому ефірі, і він може вибирати речі. Плюс у період карантину почалося спілкування з клієнтами у різних месенджерах, і це все перенеслося на післякарантинне час, коли відкрилися торгові центри. Ці елементи не відвалилися, ми отримали гібридну систему роздрібу. Мені здається це дуже серйозним проривом, тому що роздріб, як ви розумієте, дуже консервативний, і ввести туди яскраві зміни досить складно.

Покупцеві дуже сподобалося мати можливість подивитися товар на відео, зробити замовлення онлайн-форматі, забрати його, приміряти ще раз в офлайн-магазині. Це те, що називається omni-channel, прояке ми говоримо. Він заробив над форматі магазин і пункт видачі замовлення, а форматі суміщення різних каналів комунікації зі споживачем.

На думку багатьох економістів, майбутнє залежить від зручності покупця, сервісу та контакту з ним брендів, тому що багато хто зрозумів, що саме купівельна спільнота та тісний контакт зі своєю аудиторією дають можливість не те що більше продавати, а зберегти той докарантинний обсяг продажів, який так необхідний зараз фешн-брендам. Звичайно, офлайн нікуди не подінеться, тому що це емоційний шопінг, зняття стресу, заохочення, особливо зараз, коли люди налаштовані на страх, і люди знімають стрес шопінгом, це відбувається і в онлайні, і в офлайні, завдяки цьому багатьом брендам вдалось утримати рівень продажів на рівні минулого року. До речі, зараз є дуже цікавий тренд з цінового поділу, люди зрозуміли, що набагато простіше на маркетплейсах замовляти більш дешеві та прості групи товарів, що вимагають мінімальної примірки, умовно кажучи, труси, шкарпетки та білі футболки, а за більш фешн-товарами, покупкою яких вони можуть насолодитися, вони вважають за краще йти офлайн [14].

Розглянемо детальніше Топ-7 інновацій в комунікації. Комунікація через месенджери (Telegram, Viber, WhatsApp, Facebook Messenger) - 28 %, Розвиток доставки (бонуси, знижки, безкоштовна доставка) -20 %, розвиток онлайн продаж -17 %, онлайн-комунікація-14 %, консультації по телефону/віддалена консультація/ онлайн консультації -14 %, збільшення реклами (смс-розсилка, радіо, ТВ, Tik-tok, власний сайт-13 %, відео-підтримка(відео-продажі, відео-презентації) – 11 %.

Але споживач не помітив і не дуже оцінив старання. Те, що вчора було інновацією, сьогодні вже стало буденністю. 79 % опитаних не помітили нових засобів комунікації. Це сталося з різних причин: не скористалися, прийшли, коли зміни вже відбулися, порівняли досвід із інноваційними компаніями.

Серед тих, хто помітив інновації, більше людей старшого віку. Здавалося б, молодь повинна брати до уваги інновації, але ні — для молоді це все звичайні речі. Тому підкреслювати інноваційність та діджиталізацію бізнесу в комунікаціях із новими споживачами варто, якщо це люди старшого віку. Молодь сприймає це як даність. Тобто, у світі жорсткої конкуренції зусилля бізнесу, спрямовані на інновації для утримання та підвищення лояльності клієнта, дуже швидко переходять до рангу норм замість вау-ефекту. Для успішного ведення бізнесу необхідно знати свого споживача. Для того, щоб продаж здійснився, потрібно потрапити до своєї аудиторії та змінюватися разом з нею. Для цього треба розуміти, чим люди живуть, що вибирають та з ким порівнюють [11].

Саймон Хетуей описав три явища, які, на його думку, істотно змінять сферу роздрібної торгівлі і не тільки. Гіперактивний покупець з'являється все більше людей, які готові зробити покупку, де б вони не знаходилися. При цьому все має статися одразу і максимально персоналізовано. Ключовий інструмент цього нового типу покупців - смартфон, що дозволяє купувати і в магазині, і вдома, і просто на ходу. Дослідження, нещодавно проведене нами у Великій Британії показало, що приблизно половина респондентів, кількість яких перевищувала 1000 осіб, потребує мобільних пристроїв для здійснення покупок; 7 із 10 покупців (70%) використовують телефон для пошуку та порівняння цін за межами торгової точки, і близько 3/4 покупців (72%) пішли б магазин, якби особисто отримали спецпропозицію на мобільний. Очевидно, таких людей ще більше, але ці дані дозволяють отримати базове розуміння потреб «гіперактивного покупця».

Руйнування традиційної рекламної структури, що триває. Телебачення та 30-секундні ТВ ролики втрачають своє першорядне значення через зміну поведінкової моделі споживача, адже коли Гіперактивний покупець дивиться телевизор, у нього завжди під рукою смартфон або планшет. Час комунікацій за схемою "розповів, значить, - продав" безповоротно пішов. Мобільні пристрої впевнено зміщують телевизор з позиції першого екрана. Люди все частіше й частіше стикаються з брендами та підпадають під їх вплив через мобільні пристрої.

Смерть інтернет-торгівлі та... відродження торгівлі. На Міжнародному конгресі роздрібної торгівлі засновник та генеральний директор компанії «Вент-Приве» («Vente-Privée») Жак-Антуан Гранжон (Jacques-Antoine Granjon) висловив тривожне і водночас досить очевидне думка. Фахівець з електронної комерції вважає, що час розквіту торгівлі в Інтернеті минуло, оскільки покупці вважають, що ритейл має бути персоналізованим, відбуватися миттєво та не залежати від місця. Електронна торгівля померла, наразі час торгівлі. Найважливіше, неодноразово підкреслив Гранжон, що в основі майбутнього успіху лежить не просто знання механік каналу (хоча це, безумовно, необхідне), але розуміння фундаментальних основ бізнесу як такого [9].

Найсуттєвішою тенденцією в роздрібній торгівлі є те, що онлайн- та офлайн-канали продажів припиняють функціонувати поодиночці й об'єднуються. В період зтяжнього карантину цей тренд набиратиме оберті. Першу революцію в ритейлі здійснили, коли роздрібну торгівлю перевели з формату прилавкового гастроному у формат супермаркету: покупець отримав можливість самостійно обирати товар. Сучасні магазини надають йому ще більшої самостійності - він зважує, сканує і навіть без допомоги касира оплачує товар. Як зазначають експерти, це не просто технологічна можливість, а внутрішня потреба споживача. До того ж при однотипних щоденних закупах він потребує економії часу. А потяг до «самостійності» змінює шлях покупця до товару. Зокрема, нинішній customer journey починається з онлайн, а саме — мобільного телефону. Навіть коли клієнт прийшов до офлайн-магазину, на нього продовжує впливати онлайн». За допомогою свого смартфона він досліджує товар, сканує коди на полицях, вивчаючи всі доступні цінові пропозиції (як ті, що представлені в інтернеті, так і пропозиції в магазині, де він зараз знаходиться). Такі тенденції посилюватимуться та поширюватимуться на інші сегменти ритейлу [8].

Сьогодні клієнти взаємодіють з організаціями різними каналами. Багато компаній впровадили нові канали, щоб не відставати від того, що, на їхню думку, є попитом споживачів, але тепер цікавляться, чи мають вони правильну стратегію, і куди вони рухаються далі. На відміну від минулого, коли клієнти знали, чого вони хочуть і в кого купувати, сучасні споживачі люблять переходити через різні канали, перш ніж нарешті зробити покупку. Стратегія багатоканального маркетингу, орієнтована на клієнта, необхідна для покращення взаємодії клієнтів із брендом.

Оmnіканальний маркетинг – це підхід до продажів, який пропонує клієнтам інтегрований і спрощений досвід покупок у різних каналах. Незалежно від того, чи користується клієнт мобільним або настільним комп'ютером, щоб купувати в магазині електронної комерції, він завжди може мати безперебійну роботу

Стратегія мультимедіальності - використання різних каналів комунікацій з клієнтами для підвищення якості продажу, обслуговування та маркетингового впливу. Та й для підвищення лояльності компанія надає можливість клієнту самому вибрати найбільш підходящий для нього канал. Omніканальність, еволюціонувала з мультимедіальності (рис.1). Важливу роль у цьому, безумовно, відіграла «Цифрова трансформація» (Digital Transformation), а саме освоєння нових цифрових каналів, які раніше не використовувалися: месенджери, чат-боти, інтернет речей, персоналізовані Landing Pages, соціальні мережі тощо.

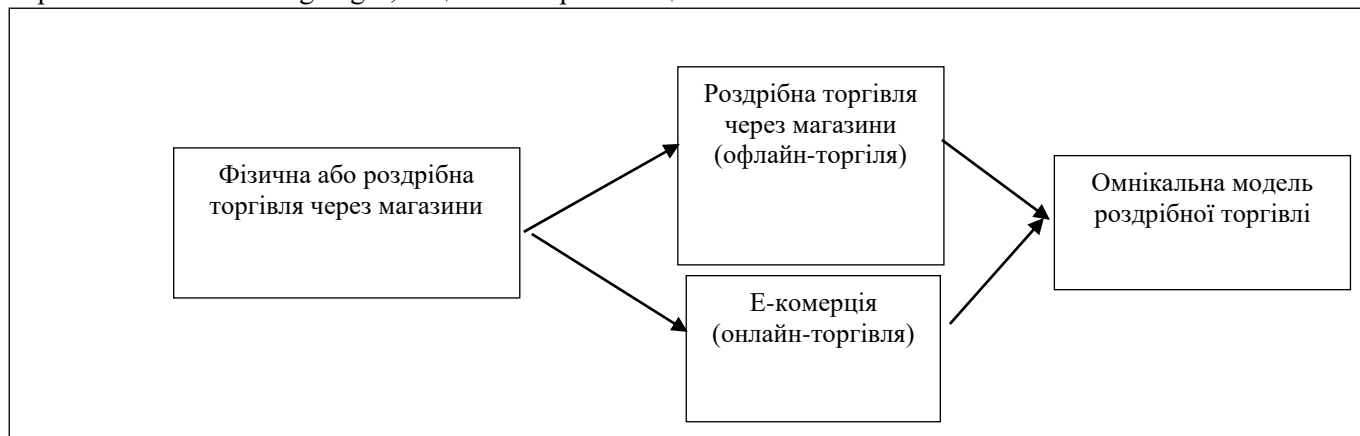


Рис.1 Еволюція розвитку роздрібно́ї торгівлі

Omніканальність - це використання різних каналів комунікацій з клієнтом, що має на увазі наявність єдиної системи, в якій ведуться, змінюються і поширюються на всі задіяні канали наступні блоки: єдиний профіль клієнта/потенційного клієнта/партнера; комерційний каталог продуктів з усіма умовами та правилами ціноутворення та конфігурування; база знань - вся інформація для використовуваних каналів знаходиться в одній системі (ми частіше говоримо про CRM-систему, але «три літери» тут не такі важливі). Ключові вигоди від правильно побудованої omніканальності очевидні — це гнучкість змін, менша потреба в ІТ-штаті для підтримки та скорочення залежності компанії від конкретного каналу. Як результат, скорочення швидкості виведення змін на ринок та значне зниження вартості такого процесу [7].

За цей короткий час відбулася зміна споживчої поведінки споживачів від свідомості здорового харчування та безпеки до переваги зручності та підвищеної уваги до основних продуктів і предметів першої необхідності. Популярність роздрібних продавців зростає завдяки стратегії Omni-Channel із переходом від мислення, орієнтованого на канал, до мислення, орієнтованого на клієнта. Бренди почали розширювати свій бізнес у віртуальному світі та покращувати якість обслуговування клієнтів за допомогою Omni-Channel та інтеграції онлайн-комерції. Навіть автомобільні та фінансові послуги переходять з офлайнових на багатоканальні моделі. Початок шляху Omni-Channel – це складна зміна, яка охоплює всі аспекти ланцюга створення вартості [6]. Сегментація клієнтів допомагає створювати індивідуальні маркетингові кампанії для кожного покупця. Наведемо різні способи сегментації клієнтів і вибору найбільш підходящої стратегії цифрового маркетингу, яка може перетворити їх на покупців: стать (групування клієнтів на чоловіків або жінок, щоб знати, яка група з більшою ймовірністю придбає продукти компанії); геолокація (звідки беруться ваші клієнти? Якщо більшість ваших клієнтів не з вашого регіону, настав час подумати про те, щоб запропонувати субсидовану доставку до їхніх дверей); лояльність клієнтів (чи лояльний клієнт до вашого бренду? Якщо ні, варто подумати, як підвищити їхню лояльність); інтереси (потрібно визначити унікальні інтереси або поведінку клієнтів при покупці); історія минулих покупок (групування клієнтів на основі їх

попередньої взаємодії з вашим брендом) [15]. На рис.2 представлена розроблена нами омніканальна маркетингова стратегія.

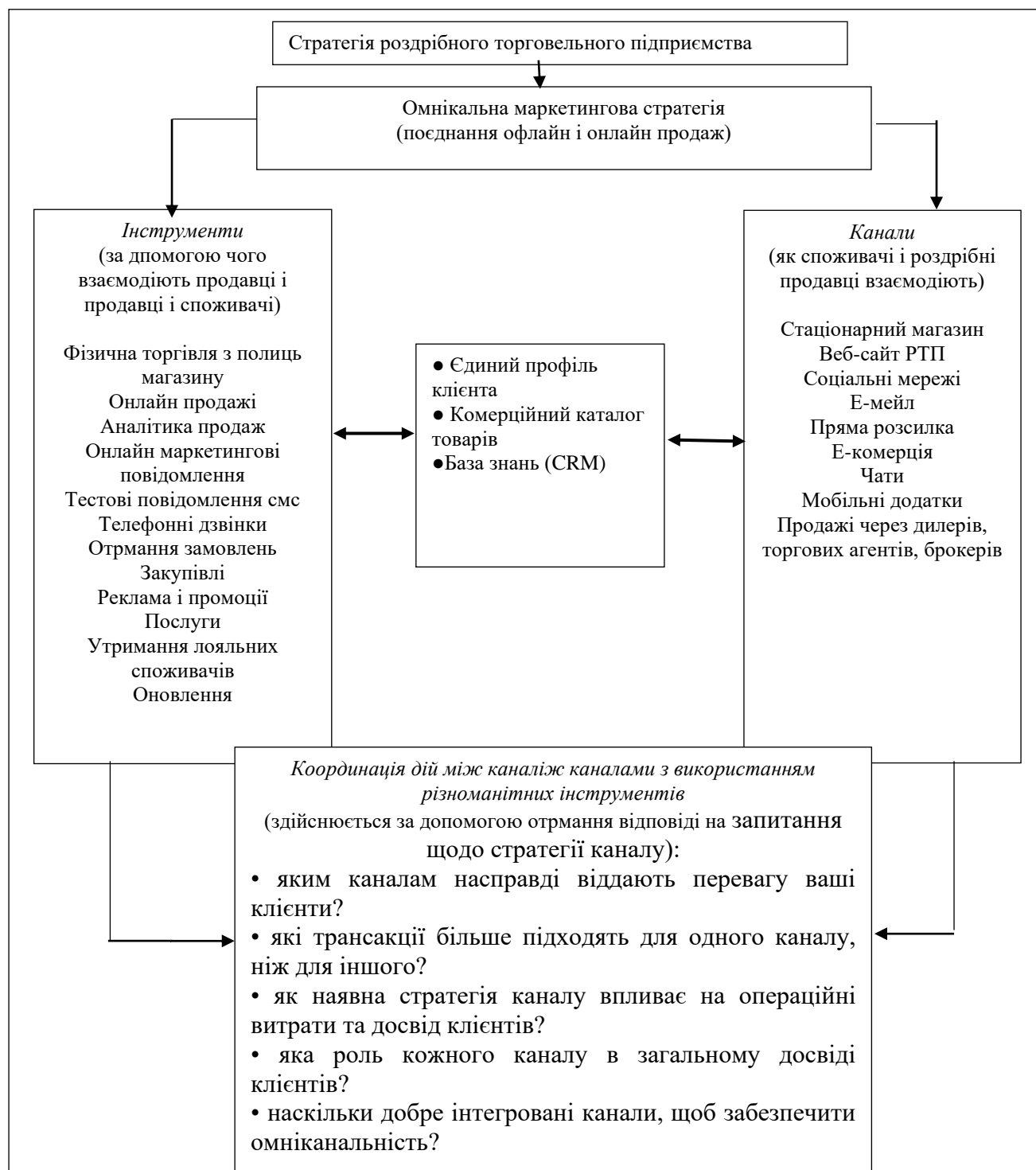


Рис. 2 Омніканальна маркетингова стратегія підприємств роздрібної торгівлі

Прикладом можливостей від застосування омніканальної маркетингової стратегії підприємств роздрібної торгівлі є досвід мережі Watsons. Поки мережа оперувала лише фізичними магазинами, основними її клієнтами були жінки. Але завдяки появі навесні 2016 р. інтернет-магазину з'явилася й чоловіча аудиторія. Омніканальність для Comfy - це модель, яка за півтора року вивела компанію з

третього місця в лідери одного з найконкурентніших сегментів роздрібної торгівлі. Comfy перевів значну частину асортименту в інтернет і завдяки цьому скоротив площі фізичних магазинів. Зараз ця мережа, яка за кількістю магазинів майже вдвічі менша за конкурентів, робить більше продажів. До періоду активного розвитку інтернет-продажів компанія відкривала фізичні магазини площею по 2 тис.кв.м і замислювалася над збільшенням площ до 3 тис.кв.м. Однак активізація онлайн-продажів змусила компанію кардинально змінити стратегію і, відповідно, формат магазинів. Інакше кажучи, керівництво мережі дійшло висновку: якщо споживач хоче купувати дешевше, а інтернет дає йому таку можливість, отже, Comfy потрібно частково йти в інтернет. Логіка утримання клієнта проста полягає в зрівнянні ціни офлайну з онлайн. Станом на грудень 2019 р. мережа Comfy налічувала 93 магазини нового формату, а кількість відвідувань інтернет-магазину за минулий рік склала близько 70 млн [8].

У світі, де панує «omni-channel», бренди повинні перебудовуватися. Їхні стосунки з цільовими ринками (і не тільки) починаються з процесу покупки в магазині, у той час як соцмедіа маркетинг допомагає ці відносини підтримувати, а відеоролик ефективно наповнює їх значним емоційним змістом. Найкращим підтвердженням тому є Apple – найдорожча компанія у світі. Вона змінила свій бізнес за допомогою рітейлу, демократизувавши себе завдяки створенню точок продажу, в яких люди могли відчувати бренд. При цьому більшість людей пам'ятають про ТВ рекламу, яка була в ефірі лише один раз.

Висновки та перспективи подальшого дослідження Технологічні зміни породили нову омніканальну бізнес-модель ритейлерів на зразок «click and collect». Традиційно омніканальні бізнес-моделі починають розвиватись з найбільш динамічних і технологічних сегментів: побутова техніка й електроніка, телекомунікації, фінансові та поштові сервіси, кафе та ресторани. Вона передбачає замовлення товару онлайн з можливістю забрати його в магазині, поштою або навіть перехопити по дорозі в автомобілі доставки. Відповідно, така модель вимагає від ритейлера відчутних змін внутрішніх процесів, значних капіталовкладень та «безшовного зварювання» всіх каналів продажів, що і спричиняє другу революцію в галузі. Виходячи з того, скільки людей зараз роблять покупки в Інтернеті, можна з упевненістю припустити, що онлайн-магазини – це майбутнє роздрібної торгівлі. Однак під час цієї пандемії змінилося не тільки те, як люди роблять покупки. Увага клієнтів до основних речей та ризикованих продажів також покращилася, що означає остаточну зміну обличчя роздрібної торгівлі. Успіх ритейла зводиться до того, щоб вибудувати із споживачем такі відносини, які витримують випробування часом і принесуть дохід завдяки постійно підтримуваній лояльності споживачів незалежно від того, чи це онлайн продаж чи покупка в звичайному магазині. Успішна стратегія omni-channel ставить споживача в центр уваги, забезпечуючи ідеальні умови для здійснення покупок з використанням різних каналів, платформ і засобів. На сьогодні великий попит з'являється на ком'юніті-менеджерів, на створення ком'юніті навколо брендів, до пандемії такої професії навіть не було у фактично широкому розумінні. Саме на цьому аспекті є потреба у подальшому дослідженні.

Джерела і література

1. Акции Amazon.com Inc. URL: <https://www.fxclub.org/markets/aktsii/amazon>
2. Боковець В. В., Давидюк Л. П. Електронна торгівля і її значення для розвитку бізнесу *Вісник Хмельницького національного університету* 2021, № 1 с.210-213. URL: <https://cutt.ly/3ZbTfq4.pdf>
3. Бергер А. Д. Галета А. С. Світові тенденції розвитку електронної комерції з урахуванням кризових умов пандемії covid-19 *Економіка та суспільство* Випуск # 26 / 2021 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/348/333>
4. Интересные факты об интернет-торговле в мире в 2020 году URL: <https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>
5. Майже 23 млн українців регулярно користуються Інтернетом – дослідження. URL: <https://mind.ua/news/20204323-majzhe-23-mln-ukrayinciv-regulyarno-koristuyutsya-internetom-doslidzhennya>
6. Минулого року ринок e-commerce досяг \$4 мільярдів (12.07.2021) URL: <http://dia.dp.gov.ua/minulogo-roku-rinok-e-commerce-dosyag-4-milyardiv/>
7. Омніканальність: розбираємося в поняттях и выгодах для бизнеса. URL: <https://areon.ua/crm-blogs/tokarchuk/omnichannel/>

8. Ритейл і e-commerce: виживуть тільки найспритніші. *Бізнес* (04.03.2020) <https://business.ua/uk/ritejl-i-e-commerce-vizhivut-tilki-najspritnishi>
9. Хэтуэй С. Стратегия ритейла в эпоху «omni-channel» торговли. URL: <https://www.sostav.ru/publication/strategiya-ritejla-v-epokhu-omni-channel-7062.html>
10. Юдин А. Світовий e-commerce і m-commerce – статистика і факти електронної комерції 2020. URL: <https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/>.
11. 6 глобальных изменений на рынке потребления. URL: <https://allretail.ua/ru/analytics/67115-6-globalnyh-izmeneniy-na-rynke-potrebleniya>
12. Retail market worldwide - Statistics & Facts. URL: <https://www.statista.com/topics/5922/retail-market-worldwide/>.
13. Kovachevska M. 26 Stunning Retail Statistics You Would Like to Know About (June 26, 2021) URL: <https://capitalcounselor.com/retail-statistics/>.
14. Important Retail Statistics: 2020/2021 Data Analysis & Market Share. URL: <https://cutt.ly/hZbTqgT>.
15. Omnichannel Marketing Strategies For Ecommerce Businesses. URL: <https://www.omniconvert.com/blog/ecommerce-omnichannel-marketing-strategies/>
16. Brand's «The Omni-Channel Strategy» to go with new consumer behavior: Expert View. URL: <https://cutt.ly/hZbTiE8>

References

1. Акции Amazon.com Inc. Aktsyy Amazon.com Inc [Shares of Amazon.com Inc.]. URL: <https://www.fxclub.org/markets/aktsii/amazon>.
2. Bokovets V. V., Davydiuk L. P. (2021) Elektronna torhivlia i yii znachennia dlia rozvytku biznesu [Bulletin of Khmelnytsky National University] Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu № 1 p.210-213 URL: <https://cutt.ly/3ZbTfq4.pdf> [in Ukrainian].
3. Berher A. D. Haleta A. S. (2021) Svitovi tendentsii rozvytku elektronnoi komertsii z urakhuvanniam kryzovykh umov pandemii covid-19 [Economy and society] Ekonomika ta suspilstvo #26 URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/348/333>[in Ukrainian].
4. Ynteresnye fakty ob ynternet-torhovle v myre v 2020 hodu [Interesting facts about e-commerce in the world in 2020] URL: <https://lemarbet.com/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/>
5. Maizhe 23 mln ukraintyv rehuliarно korystuiutsia Internetom – doslidzhennia [Almost 23 million Ukrainians regularly use the Internet – research]. URL: <https://mind.ua/news/20204323-majzhe-23-mln-ukrayinciv-regulyarno-korystuyutsya-internetom-doslidzhennya>. [in Ukrainian].
6. Mynuloho roku rynek e-commerce dosiah \$4 miliardiv [Last year, the e-commerce market reached \$ 4 billion](12.07.2021) URL: <http://dia.dp.gov.ua/minulogo-roku-rynok-e-commerce-dosyah-4-milyardiv/>[in Ukrainian].
7. Omnykanalnost: razbyraemsia v poniatiakh u vyhodakh dlia byznesa [Omnichannel: we understand the concepts and benefits for business] URL: <https://areon.ua/crm-blogs/tokarchuk/omnichannel/>.
8. Ryteil i e-commerce: vyzhvut tilky naisprytynishi. [Retail and e-commerce: only the most agile will survive.] *Business* 04.03.2020 <https://business.ua/uk/ritejl-i-e-commerce-vizhivut-tilki-najspritnishi>. [in Ukrainian].
9. Khэтуэй S. Stratehiya ryteila v эpokhu «omni-channel» torhovlyk [Retail strategy in the era of "omni-channel" trade].. URL: <https://www.sostav.ru/publication/strategiya-ritejla-v-epokhu-omni-channel-7062.html>
10. Iudin A. Svitoviy e-commerce i m-commerce – statystyka i fakty elektronnoi komertsii World e-commerce and m-commerce - statistics and facts of e-commerce [Світовий e-commerce і m-commerce – статистика і факти електронної комерції] 2020. URL: <https://marketer.ua/ua/e-commerce-worldwide-statistics-facts/>. [in Ukrainian].
11. 6 hlobalnykh yzmeneniy na rynke potrebleniya [6 global changes in the consumer market]. URL: <https://allretail.ua/ru/analytics/67115-6-globalnyh-izmeneniy-na-rynke-potrebleniya>. [in Ukrainian].
12. Retail market worldwide - Statistics & Facts. URL: <https://www.statista.com/topics/5922/retail-market-worldwide/>. [in English].
- 13 .Kovachevska M. 26 Stunning Retail Statistics You Would Like to Know About (June 26, 2021) URL: <https://capitalcounselor.com/retail-statistics/>. [in English].
14. Important Retail Statistics: 2020/2021 Data Analysis & Market Share. URL: <https://cutt.ly/hZbTqgT>. [in English].
15. Omnichannel Marketing Strategies For Ecommerce Businesses. URL: <https://www.omniconvert.com/blog/ecommerce-omnichannel-marketing-strategies/>. [in English].
16. Brand's «The Omni-Channel Strategy» to go with new consumer behavior: Expert View. URL: <https://cutt.ly/hZbTiE8> [in English].

УДК 338.48-52(234.421.1:477)

Милько Інна,
кандидат економічних наук, доцент,
Волинський національний університет імені Лесі Українки,
кафедра менеджменту та адміністрування,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0001-9723-2614,
e-mail: mylko.inna@vnu.edu.ua

Нагорнова Олена
кандидат економічних наук, доцент,
директор ТОВ Кожтекс ЛТД,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0003-3930-6587,
e-mail: lennok@ukr.net

Ожема Сергій,
кандидат економічних наук,
Відокремлений структурний підрозділ ЗВО
«Відкритий міжнародний університет розвитку людини «Україна»
Луцький інститут розвитку людини,
кафедра інформаційної діяльності та туризму,
м. Луцьк, ORCID ID 0000-0001-7304-378X,
e-mail: ozhema@ukr.net

<https://doi.org/10.29038/2786-4618-2022-02-108-117>

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТАХ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ

У статті визначено сутність спортивного туризму, наведено основні відмінності між спортивним туризмом та спортивно-оздоровчим туризмом. Охарактеризовано основні напрями сучасного спортивного туризму. У статті виділено особливості розвитку спортивного туризму на прикладі одного із Карпатських регіонів – Івано-Франківської області. Оцінено вплив періоду карантинних обмежень на туристичну сферу регіону та періоду відновлення туристичних потоків у 2021 році. Проаналізовано заходи по розбудові туристичної інфраструктури Івано-Франківської області. Зазначено основні проблеми, які залишаються і які потрібно усунути, щоб сприяти розвитку туризму у Карпатському регіоні. У статті запропоновано цілі і завдання для розвитку спортивного туризму у Івано-Франківській області. Розроблено пізнавально-спортивний туристичний маршрут для популяризації спортивного туризму у Карпатському регіоні.

Ключові слова: спортивний туризм, спортивно-оздоровчий туризм, спортивно-пізнавальний маршрут, туристичний продукт.

Inna Mylko,
PhD in Economics, Associate Professor,
Lesya Ukrainka Volyn National University,
The Department of Management and Administration,
Lutsk

Olena Nahornova
PhD in Economics, Associate Professor,
Director Kozteks Ltd,
Lutsk

Ozhema Serhii
PhD in Economics,
Open International University of Human Development «Ukraine»
Lutsk Institute of Human Development,

The Department of Information Activity and Tourism,
Lutsk**STRATEGIC DIRECTIONS OF SPORTS TOURISM DEVELOPMENT IN THE
CARPATHIANS MOUNTAINS UNDER CONDITIONS OF INSTABILITY**

The article defines the essence of sports tourism, gives the basis of the difference between sports tourism and sports and health tourism. The main directions of modern sports tourism - route tourism and competitions are described. The article highlights the features of the development of sports tourism on the example of one of the Carpathian regions - Ivano-Frankivsk region. The impact of the period of quarantine restrictions on the tourism sector of the region and the period of recovery of tourist flows in 2021 is estimated. Measures to develop the tourist infrastructure of Ivano-Frankivsk region are analyzed. Measures to promote the tourist potential of Ivano-Frankivsk region were evaluated. The list of tourist objects created at the expense of the state financing and private investments is defined. The main problems that remain and need to be addressed to promote tourism in the Carpathian region are identified. The list of measures of the Regional target program of tourism development in Ivano-Frankivsk region for 2022-2026 is presented. The article offers the purposes and tasks for development of sports tourism in Ivano-Frankivsk region. A cognitive-sports tourist route has been developed to popularize sports tourism in the Carpathian region. The cognitive-sports tourist route will include the following tourist objects: Manyavsky temple, Manyavsky waterfall, Carpathian volcano. Sports and educational tourist route «Manyavsky waterfall» is created on the principle of accessibility for all stakeholders. Maintenance and use of the route will be provided to local communities.

Key words: sports tourism, sports and health tourism, sports and educational route, tourist product.

Постановка проблеми. У сучасних умовах спочатку світової корона-кризи, а зараз – військової агресії росії, туристична сфера переживає суттєві труднощі, оскільки туристична мобільність суттєво обмежена і на невизначений час припинена загалом, оскільки війна в Україні на тривалий час зупинить туристичні потоки, особливо іноземних туристів.

Загалом туристична сфера є комплексуютьовуючою, оскільки сприяє зростанню зайнятості, диверсифікації економіки, забезпечує інвестиційну привабливість національної економіки, сприяє збереженню та розвитку культурного потенціалу, сприяє збереженню екологічно безпечного навколишнього середовища. Ми знаємо досить багато різних видів туризму, проте сьогодні особливо актуальним є активний відпочинок, що цілком зрозуміло після жорстких обмежень. Саме спортивний туризм є активним способом пересування, який має за мету ознайомлення з природою, культурою, історією туристичних об'єктів по маршруту подорожі, відновлення фізичних, психічних, духовних сил людини. Важливо сьогодні у світі розвивати і популяризувати спортивний туризм в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченню спортивного туризму присвячені роботи таких вітчизняних науковців: В. Бабарицької, О. Бейдика, І. Бережної, М. Вдовиченко, Н. Коленда [14], О. Колотуха [4], О. Любіцевої, Т. Любонько, О. Малиновської, В. Мацоли, С. Мельниченко, О. Міщенко [14], І. Єрко [14], А. Єрко [3], І. Смирнов, Г. Стеблій, В. Руденка, Т. Ткаченко, Л. Тимошенко [11], С. Фокін [12], Л. Черчик [14], Н. Чорненької, а також зарубіжних авторів: І. Балабанова, Ю. Веденіна, І. Зоріна, В. Квартальнова, В. Преображенського, К. Купера, Д. Флетчера, Д. Гільберта, С. Ванхілла, Н. Лейпера та інших.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Туризм загалом та спортивний туризм, зокрема, в останні роки перебуває у досить складному становищі спочатку через пандемію, а тепер – через війну в Україні. Така ситуація призвела до особливої уваги, яку приділяють багато науковців розгляду цієї проблеми. Ми зосередили нашу увагу на розробленні стратегічних напрямів розвитку спортивного туризму в Карпатах в умовах нестабільності.

Виклад основного матеріалу. Спортивний туризм посідає особливе місце в загальній системі туристської діяльності, має соціальну спрямованість, створює позитивний суспільний ефект з точки зору його масової доступності та оздоровлення нації. Погоджуємось з Колотухою О.В., що спортивний туризм є вагомим складовим соціально орієнтованим туризмом, оскільки йому притаманні такі ознаки: самодостатність, організаційна цілісність, комплекс усталених норм та правил регулювання туристсько-спортивної діяльності, наявність власної інфраструктури, автономність, кадровий потенціал [4].

У сучасному світі спортивний туризм є сектором міжнародного бізнесу, в який активно надходять інвестиції, який привертає увагу політиків, світових ЗМІ, тисячі туристів і глядачів. Обсяг ринку спортивного туризму щороку складає від 12 до 15 млн. дол. США. На сайті Федерації спортивного туризму України розміщено прогноз зростання ринку спортивного туризму 6% щорічно у короткостроковій перспективі. За оцінками Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), на спортивний туризм припадає 10 % світової туристичної галузі з оборотом близько 800 млрд. дол. США [5].

Ерко А.В. вважає, що під спортивно-оздоровчим туризмом варто розуміти фізичну активність людини із відновленням фізичного та психічного здоров'я у природному середовищі, визначною рисою якого є пересування місцевістю з подоланням природних перешкод із зануренням в історію й культуру території, якою здійснюється подорож. Таким чином такий вид туризму дозволяє комплексно реалізувати такі функції: спортивній, пізнавальній, рекреаційній, життєвій [3].

Помітною є різниця між поняттями спортивного та спортивно-оздоровчого туризму, на чому наголошує Фокін С.П. Спортивний туризм – це специфічний вид туристсько-спортивної діяльності, яка спрямована на випробовування фізичних, психічних, духовних сил людини, удосконалення туристської майстерності та виконання нормативних спортивних розрядів. Спортивно-оздоровчий туризм спрямований на оздоровлення, а не на спортивні досягнення учасників [12].

На схемі представлено найбільш суттєві відмінності між спортивно-оздоровчим та спортивним туризмом.



Рис. 1. Відмінності між спортивно-оздоровчим та спортивним туризмом*

Джерело: *Розроблено автором [2]

Спортивний туризм передбачає, що учасники прагнуть подолати природні перешкоди з найкращим результатом та вдосконалити попередні досягнення. Такі туристи удосконалюють власні знання, уміння, навички за рахунок своєї фізичної підготовки.

Сучасний спортивний туризм розвивається у двох напрямках:

- 1) маршрутний туризм, який полягає у проходженні туристсько-спортивних маршрутів;
- 2) змагання.

В історії розвитку спортивного туризму в Україні ці два напрямки завжди були нероздільними [11].

Сьогодні туристсько-спортивні походи і змагання в Україні можуть бути організовані за такими видами туризму: пішохідного, лижного, гірського, водного, велосипедного, автомобільного, мотоциклетного, спелеологічного, вітрильного, також їх комбінації. Екстремальні види спортивного туризму – подорожі на конях, повітряних кулях, дельтапланах, парапланах, під водою – не можуть бути реалізовані, оскільки не можна створити повністю безпечні умови таких подорожей.

Метою спортивного туристичного маршруту є здійснення туристами-спортсменами походів розробленими маршрутами різної складності. Учасники долають маршрут з природними перешкодами, використовуючи різні засобами пересування, автономне життєзабезпечення учасників в різних кліматично-географічних і погодних умовах. Це дозволяє підвищити туристсько-спортивну майстерність.

Змагання походять у вигляді туристсько-прикладного багатоборства. Учасники повинні подолати відносно короткі дистанції на місцевості з природними і штучними перешкодами із застосуванням спортсменами різноманітної туристської техніки і тактики. Мета спортивних туристів – перемога над суперниками, вдосконалення техніки і тактики туризму, зростання спортивної майстерності та спортивної кваліфікації [4].

Особливості розвитку спортивного туризму розглянемо на прикладі одного із Карпатських регіонів – Івано-Франківській області.

Івано-Франківщина – один із лідерів внутрішнього туризму України, щороку область відвідує 2 млн. туристів і екскурсантів. У 2020 році пандемія COVID-19 призвела до глобального колапсу міжнародного та внутрішнього туризму. Запровадження всеохоплюючого карантину у 2020 році суттєво знизилась ділова активність, запроваджено обмеження на пасажирські перевезення, припинено роботу закладів готельно-ресторанної індустрії. Несприятлива епідеміологічна ситуація призвела до значних збитків у туристичній індустрії Івано-Франківської області. 15% суб'єктів господарювання в області припинили діяльність, готельєри сплатили на 10%, а туристичні фірми – на 25% відповідно менше податків і зборів, доходи закладів готельної індустрії зменшились майже на 25%. За офіційними даними у 2020 році Івано-Франківську область відвідало 1,8 млн. туристів і екскурсантів, що на 10 % менше, ніж у 2019 році. За таких негативних тенденцій Прикарпаття зайняло друге місце в Україні за кількістю внутрішніх та іноземних туристів, які були обслуговані суб'єктами туристичної діяльності.

У 2021 році відновились активність у сфері подорожей в Україні та на Івано-Франківщині, зокрема. Спостерігався ріст в'їзних та внутрішніх туристичних потоків, за підсумками 7 місяців 2021 року туристичний збір в області у розмірі 5,8 млн. грн. перевищив річний показник минулого року. За даними Державного агентства розвитку туризму України у 2021 році Івано-Франківська область увійшла до п'ятірки найбільш популярних та найбільш відвідуваних туристичних дестинацій України [6].

У 2020-2021 роках у рамках реалізації заходів регіональної цільової програми розвитку туризму в області облаштовано нові рекреаційні зони, розроблено 100 км туристичних маршрутів, встановлено 16 туристично-інформаційних стендів, створено 20 віртуальних турів цікавими туристичними об'єктами і атракціями та розміщено на сайті www.iftourism.com.

Вагомий вплив на розвиток туристичної інфраструктури мають реалізовані проекти-переможці конкурсів ініціатив місцевих карпатських громад, проектів та програм місцевого самоврядування, що співфінансувались за рахунок коштів обласного бюджету.

Упродовж 2020-2021 років туристичний потенціал Івано-Франківської області за участі суб'єктів туристичної діяльності презентовано на традиційних і он-лайн виставках, форумах та інших заходах; організовано ознайомлювальні тури для журналістів, блогерів, туроператорів; реалізовано промоційні проекти «Вікенди на Івано-Франківщині», «Невдома: мандруй незвіданим Прикарпаттям». Виготовлено та розповсюджено різноматематичні промоційні видання; створено кілька відеофільмів,

проведено 3D сканування 50 об'єктів культурної спадщини області. Спільно з гідами у 2021 році організовано ІХ-ий сезон щотижневих безкоштовних екскурсій в місті Івано-Франківськ.

Важливою стала розбудова туристичної інфраструктури Івано-Франківської області. За рахунок приватних інвестиційних коштів у 2019-2021 роках створено етнопарк «Гуцул Ленд» (с. Полянця), Парк історії землі (с. Підгір'я), мережі музеїв. У цей же період за рахунок державних коштів реалізовано такі проекти: «Глемпінги – створення ексклюзивного туристичного продукту в природоохоронних територіях», «Створення культурно-мистецького туристичного комплексу «Мальований дзбан».

За кошти регіональних органів влади втілено проекти міжнародної технічної допомоги: «Світ Карпатських розет – заходи із збереження унікальності культури Карпат», «Способи життя в Карпатах: відродження традиційних культур праці», «Bike AccеNT: велосипедна доступність об'єднує території», «Карпатські лісові школи – пілотне співробітництво для охорони природи та екологічної освіти», «Підтримка розвитку системи географічних зазначень в Україні», «Розвиток транскордонного співробітництва для популяризації об'єктів історичної та культурної спадщини на прикордонній території Румунії і України».

На жаль, усі напрацьовані перспективи у розвитку туристичної сфери у Івано-Франківській області перекреслила війна. Хоча туристичні атракції сьогодні можуть побачити та відвідати вимушені переселенці та місцеві мешканці, які не виїхали за кордон, рятуючись від російської агресії.

Звичайно, варто зазначити основні проблеми, які залишаються і які потрібно усунути, щоб сприяти розвитку туризму на Прикарпатті в майбутньому:

- 1) незадовільний стан окремих ділянок місцевих доріг, що знижує рівень доступності туристичних локацій;
- 2) обмежене бюджетне фінансування для удосконалення рекреаційної інфраструктури і промоції сфери туризму у Івано-Франківській області;
- 3) нерівномірний розподіл забезпечення територіальних громадах області об'єктами туристичної та загальної інфраструктури;
- 4) обмежена кількість сучасних інтерактивних туристичних атракцій;
- 5) обмежений асортимент якісних туристичних продуктів для внутрішніх та іноземних туристів;
- 6) відсутність програм пільгового кредитування для суб'єктів туристичної діяльності;
- 7) надмірна плинність персоналу у туристичній сфері;
- 8) засміченість рекреаційних зон, руйнування природно-заповідних екосистем транспортними засобами;
- 9) відсутність належного контролю за водовідведенням у туристичних центрах області [7, 9].

В таблиці 1 зведені основні заходи, що стосуються розвитку спортивного туризму у Карпатському регіоні – Івано-Франківській області.

Таблиця 1

Перелік заходів Регіональної цільової програми розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2022-2026 роки*

Захід	Очікувані результати
Підтримка оновлення туристичних маршрутів і екологічних стежок	Розвиток активних видів туризму та створення відповідної інфраструктури
Підтримка розвитку туристичної інфраструктури Дністровського каньйону	
Створення умов для безпеки туристів і екскурсантів, впровадження системи GPS-моніторингу «Порятунок в горах»	Підвищення рівня безпеки туристів і екскурсантів. Запобігання травматизму, нещасним випадкам. Підвищення ефективності пошукових операцій
Сприяння реалізації грантових проєктів	Розвиток нових туристичних продуктів, атракцій, удосконалення туристичної

	інфраструктури
Сприяння розвитку інноваційних видів туризму (археологічний, геологічний, квест-туризм, кінний туризм, кулінарний, орнітологічний)	Підтримка і створення нових туристичних маршрутів і атракцій
Проведення конкурсу студентських туристичних проєктів і стартапів	Реалізація спільних із суб'єктами туристичної діяльності заходів у сфері туризму
Організація та сприяння проведенню туристичних промоційних заходів (фестивалів, форумів, конференцій, «круглих столів», змагань, акцій тощо)	Популяризація туристичного потенціалу області
Організація проведення ознайомлювальних турів, рекламних, інформаційних акцій для суб'єктів туристичної діяльності, засобів масової інформації, блогерів	
Створення і підтримка цифрових продуктів. Просування туристичних ресурсів у соціальних мережах	

*Складено автором за матеріалами [7]

Отож, спортивний туризм є важливим напрямом розвитку внутрішнього та зовнішнього туризму в Україні та у Івано-Франківській області, зокрема. Щоб досягнути позитивних результатів у цій сфері, потрібно забезпечити досягнення нижче наведених цілей.

1. Створити сприятливі умови для залучення інвестицій, що дозволять будувати нові та модернізувати існуючі об'єкти спортивно-туристичної інфраструктури.

2. Розробити механізм виділення земельних ділянок під будівництво спортивних комплексів та супутніх об'єктів спортивно-туристичної інфраструктури.

3. Реалізувати заходи для активізації масового внутрішнього спортивного туризму для пропагування здорового способу життя та підвищення якості життя українців.

4. Удосконалювати систему безпеки у сфері спортивного туризму (екстремальний, пригодницький, автомобільний, велосипедний, вітрильний, водний, гірський, пішохідний, спелеологічний).

5. Поєднувати спортивний туризм з відвідуванням природних пам'яток, рекреаційних зон, історико-культурних об'єктів країни та регіону [13, 15].

Запропоновані цілі варто конкретизувати такими завданнями:

1) особливу увагу треба звернути на розробку інноваційних комплексних туристичних продуктів, їх оновлення;

2) напрацювати комплекс заходів для популяризації та промоції туристичного продукту на внутрішньому та світовому ринках;

3) забезпечити туристичну галузь спеціалістами з відповідними компетентностями [8].

Цілі і завдання для розвитку спортивного туризму у Івано-Франківській області представлені на рис. 2.

Як ми зазначили вище, варто більше уваги приділяти просуванню та популяризації нашої країни як території, де можна отримати якісний спортивно-туристичний продукт.

Щоб популярним став спортивний туризм, потрібно проводити рекламно-інформаційні кампанії для повідомлення про проведення спортивних змагань світового рівня; про можливість отримання фізкультурно-оздоровчих послуг; про організацію спортивно-туристичних видовищ; про спонсорів та благодійників спортивних заходів [10].

Ми досліджуємо базові аспекти розвитку спортивного туризму, тому є певні специфічні особливості, які варто враховувати. Туристична інфраструктура в цьому випадку повинна враховувати потреби спортсменів та вболівальників. Вони повинні мати доступ до інформації про можливі програми екскурсій містом чи регіоном з відвідуванням особливих туристичних об'єктів; важливо забезпечити доступність туристичних об'єктів різними видами транспорту.

Навчальні заклади повинні готувати компетентних фахівців, які можуть створювати конкурентний туристичний продукт та вільно спілкуватись як з внутрішніми, так і іноземними туристами.

Важливо сформувати інформаційно-рекламні агенції для повідомлення та поширення актуальної інформації про проведення спортивних заходів та існуючі можливості для туристів.



Рис. 2. Цілі і завдання для розвитку спортивного туризму у Івано-Франківській області*

*Складено автором

Як ми вище зазначали, метою розвитку спортивного туризму є популяризація здорового способу життя та покращення його якості, то саме водний туризм з цієї точки зору є особливо дієвим, зокрема заняття веслуванням. Простота і ритмічність рухів, вплив свіжого повітря, води і сонця, постійні зміни ситуацій визначають оздоровчий і одночасно загартовуючий ефект. При систематичних заняттях водним туризмом (веслуванням) удосконалюються фізичні якості людини. Тренування викликають значні зрушення з боку серцево-судинної та дихальної систем, посилюють обмінні процеси, позитивно впливають на нервову систему. Як свідчать дослідження Пономарьової В., водний туризм характеризується найбільшою профілактичною цінністю серед різних видів активного відпочинку,

друге місце займає «плавання», наступну сходинку розділили «оздоровчий біг» та «велосипедний туризм», четверте місце – «веслування», п'яте – «ритмічна гімнастика» [1].

Популяризувати спортивний туризм в Карпатах можна через культурно-туристичний маршрут (знакування, інформаційні табло різними мовами, створення мапи), його популяризація, відкриття нових туристичних локацій для широкого загалу, привернення уваги до об'єктів, які руйнуються, відновлення наукового інтересу до маловідомих і забутих сторінок української історії, розбудова партнерств між представниками сфери туризму та органами місцевого самоврядування; промоція культурно-історичних і природних об'єктів регіону, розвиток внутрішнього та в'їзного туризму.

Об'єкти, з яких сформований культурно-туристичний маршрут, вимагають ґрунтовного вивчення, тому одним із завдань є активізація наукових досліджень у цьому напрямку.

Сучасні карантинні обмеження у світі суттєво знизили туристичну мобільність, тому особливо важливим завданням стало активізувати внутрішній туризм, що вимагає збільшення кількості цікавих туристичних локацій, відкриття нових і популяризації забутих та маловідомих туристичних destinations.

Ми пропонуємо розробити новий спортивно-пізнавальний туристичний маршрут, який буде базуватись на туристичних об'єктах, які відіграли вагомий роль у формуванні української державності у Середньовіччя, розселенні слов'янських племен, особливостей розміщення городищ часів Русі-України.

Культурна спадщина відіграє особливу роль серед багатьох факторів і умов життя людства. Пам'ятки культури підтримують культурну різноманітність країни й роблять істотний внесок у збалансований розвиток регіону та визначення національної ідентичності.

Спортивно-пізнавальний туристичний маршрут може включати нижче перераховані об'єкти у межах туристичного маршруту.

1. Найдавніший у Карпатах православний монастир – Манявський скит – український Афон. Манявський скит заснували ченці-послушники із цієї Святої Гори у 1608 році. Століттями скит був важливим релігійним, культурним, освітнім осередком. Храм знаходиться у мальовничому карпатському міжгір'ї з оздоровлюючим мікрокліматом, первісною дикою природою поблизу села Маняви Богородчанського району на Івано-Франківщині (відстань від обласного центру – 45 км).

2. Манявський водоспад – один з найвищих водоспадів в Карпатах (масив Горгани). Розташований у межах Богородчанського району Івано-Франківської області, на південний захід від села Манява. Від села до Манявського водоспаду 7,5 км (біля річки є детальний стенд з декількома маршрутами добирання до водоспаду). Неподальк знаходиться Карпатський вулкан (с. Старуня). Дістатись до села можна власним авто, автобусом або велосипедом.

Представляючи та популяризуючи спортивно-пізнавальний туристичний маршрут, варто стимулювати мешканців населених пунктів збирати старожитності та створювати власні музеї для відтворення та збереження пам'яті про побут наших предків.

Спортивно-пізнавальний туристичний маршрут повинен бути вільним у доступності через встановлення карти маршруту, знакування маршруту, інформаційні табло на місці кожного об'єкту (українською, англійською мовами).

Щоб проінформувати потенційних туристів (велотуристів, піших туристів, автомобілістів), потрібно розробити такі канали просування спортивно-пізнавального туристичного маршруту: сторінка маршруту на офіційних сайтах органів місцевого самоврядування; сторінка в соціальних мережах. Необхідно розробити друковану продукцію – друковані путівники «Манявський водоспад», які будуть поширюватись серед екскурсійно-туристичних бюро; зробити промоційну продукцію з логотипом маршруту: ручки, блокноти, папки. Також потрібно подбати про друк банера, який можна використовувати при проведенні офіційних заходів.

Спортивно-пізнавальний туристичний маршрут «Манявський водоспад» буде доступний для усіх зацікавлених сторін у будь-який час (мапа, знакування, інформаційні стенди українською, англійською мовами). Обслуговування і використання маршруту буде передано селищним громадам. Органи місцевого самоврядування зможуть використовувати створений сайт, сторінку в соціальних

мережах, розвивати співпрацю з закордонними партнерами, в подальшому проводити спільні заходи, використовувати спортивно-пізнавальний туристичний маршрут; туристичні фірми можуть включати його до своїх туристичних продуктів.

Висновки та пропозиції. Розроблення нових спортивно-пізнавальних туристичних маршрутів з включенням об'єктів історико-культурної спадщини і природних об'єктів створить умови для популяризації Карпат серед потенційних туристів. Донесення інформації про такі туристичні продукти до туристичних агенцій та екскурсійних бюро дозволить налагодити співпрацю між представниками туристичної сфери, органами місцевого самоврядування, закладами вищої освіти. Також це стане передумовою для відновлення інтересу наукових кіл до досліджень культурно-історичних пам'яток Карпатського регіону, сприятиме залученню учнівської та студентської молоді до вивчення історії краю через проведення конференцій-конкурсів; активну промоцію культурного різноманіття Карпат, розвитку спортивно-пізнавального туризму.

Джерела та література

1. Бондаренко І.Г., Бондаренко О.В. Стан та проблеми розвитку водного туризму. *Основи спортивного туризму в рекреаційній діяльності*. 2016. С. 37-41. URL: 168367-1-10-20161015.pdf
2. Ганопольський В.І. Структурно-функціональна модель туризму: питання змісту та спортивно-туристичної діяльності. *Гум. вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький держ. пед. ун-т ім. Григорія Сковороди»: наук. теор. зб., спец. вип.* Переяслав Хмельницький: СПД Шумейко С.С., 2005. С. 6-20.
3. Єрко А.В. Конструктивно-географічні засади організації спортивно-оздоровчого туризму Волинської області.: автореф. дис. ... к-та географ. наук : 11.00.11 / ВНУ ім. Л. Українки. Луцьк, 2021. 20 с.
4. Колотуха О. В. Геопросторова організація спортивного туризму: монографія. Кіровоград: ФОП Александрова М.В., 2015. 448 с.
5. Офіційний сайт Федерації спортивного туризму України. URL: www.fstu.com.ua.
6. Офіційний сайт Івано-Франківської обласної державної адміністрації. URL: <https://www.if.gov.ua/news/prikarpatyya-sered-lideriv-vnutrishnogo-turizmu-za-pidsumkami-minulogo-roku>
7. Регіональна цільова програма розвитку туризму в Івано-Франківській області на 2022-2026 роки. URL: <https://www.if.gov.ua/regionalni-cilovi-programi>
8. Сініцина Г.А., Тарасов І.Ю. Проблеми та перспективи розвитку підприємств туристичної галузі України. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/196.pdf>
9. Стратегія розвитку Івано-Франківської області на 2021-2027 роки. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/ivano-frankivska-strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>
10. Телетов О.С., Карпець В.І. Маркетинг спортивного туризму. URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_1_56_72.pdf
11. Тимошенко Л. О., Лабарткава К. В. Спортивний туризм : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. фіз. виховання і спорту : у 2 ч. ЛДУФК, 2012. Ч. 1. 150 с.
12. Фокін С.П., Манько Ю.А. Проблеми термінологічного апарату спортивного туризму. Актуальні проблеми країнознавчої науки. Мат. II Міжнар. Наук.-практ. Інтернет-конференції. Луцьк: ВежаДрук, 2015 С.108-112.
13. Черненко А.П. Сучасний стан розвитку спортивного туризму в Україні. Проблеми та перспективи. *Географія та туризм*. 2010. Вип.9. С.110-114.
14. Черчик Л., Єрко І., Коленда Н., Міщенко О. Сучасний стан розвитку туристично-рекреаційного комплексу Волинської області : Монографія. Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. 152 с.
15. Mylko I., Nahornova O., Ozhema S. Strategy for the development of the tourism sector of the country and its regions in a crisis. *National Interest Academic Journal*. №2(6). 2022. Pp. 56–68. URL: <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/NIT/article/view/240132>

References

1. Bondarenko I.H., Bondarenko O.V. (2016). Stan ta problemy rozvytku vodnoho turyzmu.[Status and problems of water tourism development]. *Osnovy sportyvnoho turyzmu v rekreatsiinii diialnosti*. P. 37-41. Retrieved from: 168367-1-10-20161015.pdf . [in Ukrainian].
2. Hanopolskyi V.I. (2005). Strukturno-funktsionalna model turyzmu: pytannia zmistu ta sportyvno-turystychnoi diialnosti.[Structural and functional model of tourism: issues of content and sports and tourism activities]. *Hum. visnyk DVNZ «Pereiaslav-Khmelnyskyi derzh. ped. un-t im. Hryhoriia Skovorody»: nauk. teor. zb., spets. vyp. Pereiaslav Khmelnytskyi: SPD Shumeiko S.S., P. 6-20*. [in Ukrainian].
3. Yerko A.V. (2021). Konstruktyvno-heohrafichni zasady orhanizatsii sportyvno-ozdorovchoho turyzmu Volynskoi oblasti.: avtoref. dys. ... k-ta heohraf. nauk. [Constructive and geographical principles of organization of sports and health tourism of Volyn region]. 11.00.11 / VNU im. L. Ukrainky. Lutsk., 20 p. [in Ukrainian].
4. Kolotukha O. V. (2015). Heoprosorova orhanizatsiia sportyvnoho turyzmu: monohrafiia. [Geospatial organization of sports tourism]. Kirovohrad: FOP Aleksandrova M.V., 448 p. [in Ukrainian].
5. Ofitsiinyi sait Federatsii sportyvnoho turyzmu Ukrainy. [Official site of the Federation of Sports Tourism of Ukraine]. Retrieved from: www.fstu.com.ua. [in Ukrainian].
6. Ofitsiinyi sait Ivano-Frankivskoi oblasnoi derzhavnoi administratsii. [Official site of Ivano-Frankivsk Regional State Administration]. Retrieved from: <https://www.if.gov.ua/news/prikarpattya-sered-lideriv-vnutrishnogo-turizmu-zapidsunkami-minulogo-roku>. [in Ukrainian].
7. Rehionalna tsilova prohrama rozvytku turyzmu v Ivano-Frankivskii oblasti na 2022-2026 roky. [Regional target program for tourism development in Ivano-Frankivsk region for 2022-2026.]. Retrieved from: <https://www.if.gov.ua/regionalni-cilovi-programi>. [in Ukrainian].
8. Sinitsyna H.A., Tarasov I.Iu. (2017) Problemy ta perspektyvy rozvytku pidpriemstv turystychnoi haluzi Ukrainy. [Problems and prospects for the development of enterprises in the tourism industry of Ukraine]. Retrieved from: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2017/01/196.pdf>. [in Ukrainian].
9. Stratehiia rozvytku Ivano-Frankivskoi oblasti na 2021-2027 roky. (2020). [Development strategy of Ivano-Frankivsk region for 2021-2027.]. Retrieved from: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2020/04/ivano-frankivska-strategiya-rozvytku-ivano-frankivskoyi-oblasti-na-2021-2027-roky.pdf>. [in Ukrainian].
10. Tielietov O.S., Karpets V.I. (2015). Marketynh sportyvnoho turyzmu. [Sports tourism marketing]. Retrieved from: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_1_56_72.pdf. [in Ukrainian].
11. Fokin S.P., Manko Yu.A. (2015). Problemy terminolohichnoho aparatu sportyvnoho turyzmu. [Problems of the terminological apparatus of sports tourism]. *Aktualni problemy krainoznavchoi nauky. Mat. II Mizhnar. Nauk.-prakt. Internet-konferentsii. Lutsk: VezhaDruk, Pp.108-112*. [in Ukrainian].
12. Chernenko A.P. (2010). Suchasnyi stan rozvytku sportyvnoho turyzmu v Ukraini. [The current state of development of sports tourism in Ukraine]. *Problemy ta perspektyvy. Heohrafiia ta turyzm. Vyp.9. Pp.110-114*. [in Ukrainian].
13. Cherchyk L., Yerko I., Kolenda N., Mishchenko O. (2014). Suchasnyi stan rozvytku turystychno-rekreatsiinoho kompleksu Volynskoi oblasti: Monohrafiia. [The current state of development of the tourist and recreational complex of the Volyn region]. Lutsk : *Skhidnoievropeyskyi natsionalnyi universytet imeni Lesi Ukrainky*, 152 p. [in Ukrainian].
14. Mylko I., Nahornova O., Ozhema S. (2022). Strategy for the development of the tourism sector of the country and its regions in a crisis. *National Interest Academic Journal*. №2(6). Pp. 56–68. Retrieved from: <https://sc01.tci-thaijo.org/index.php/NIT/article/view/240132>. [in English].

Стаття надійшла до редакції 20.05.2022 р.

Рецензії, хроніки, персоналії

ВИМОГИ ДО МАТЕРІАЛІВ, ЩО ПУБЛІКУЮТЬСЯ В НАУКОВОМУ ЖУРНАЛІ

До публікації приймаються статті, які відповідають наступним вимогам.

Стаття повинна висвітлювати актуальну тему, містити результати глибокого наукового дослідження та обґрунтування отриманих наукових висновків.

Стаття може бути написана українською, російською, польською або англійською мовами, ретельно вичитана автором та відповідати тематичному спрямуванню збірника наукових праць.

Робота не була опублікована раніше в іншому журналі, не перебуває на розгляді в іншому журналі.

До друку приймаються тільки статті з оригінальним авторським текстом, запозичення в обсязі не більше 10 %, що повинні бути оформлені із зазначенням посилань на джерела.

Подаючи статтю в журнал, автор тим самим висловлює згоду на розміщення повного її тексту в мережі Інтернет.

Автори дають згоду на збір й обробку персональних даних із метою їх включення в базу даних згідно із Законом України № 2297-VI «Про захист персональних даних» від 01.06.2010. Імена та електронні адреси, які вказуються користувачами сайту цього видання, використовуватимуться виключно для виконання внутрішніх технічних завдань; вони не поширюватимуться та не передаватимуться стороннім особам.

Процедура рецензування:

Усі матеріали, які подані для публікації в журналі «Економічний часопис ВНУ імені Лесі Українки» проходять процедуру **рецензування** у кілька етапів:

- матеріали перевіряються на відповідність тематиці журналу та вимогам до оформлення;
- стаття проходить перевірку на наявність плагіату;
- матеріали передаються на розгляд рецензенту. За підсумками рецензії рецензент може дати рекомендацію публікувати статтю, відправити на доопрацювання (з повторною рецензією або без неї), відмовити у публікації через значні недоліки матеріалів (з правом повторної подачі або без неї);
- після підтвердження, що стаття прийнята до друку, автору повідомляються реквізити для оплати.

ЗАГАЛЬНІ ВИМОГИ ДО ОФОРМЛЕННЯ РУКОПИСІВ

Послідовність структурних елементів статті:

- ✓ Ліворуч – УДК (кегель 12).
- ✓ Починаючи з наступного рядка праворуч метадані (інформація про автора(ів) статті та її реферативна частина), що розміщуються послідовно українською, російською та англійською мовами та складаються з частин:
 - відомості про автора (прізвище, ім'я, вчений ступінь, вчене звання, місце роботи або навчання (заклад), структурний підрозділ, населений пункт, ORCID ID 0000-0000-0000-0000, E-mail) (напівжирний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, інтервал перед 0, після 0); якщо є кілька авторів, то інформація про наступного автора прописується в такій же послідовності через рядок.
- ✓ Через рядок - **назва статті (мовою статті)** (всі прописні, вирівнювання посередині, напівжирний шрифт, кегль 12, міжрядковий одинарний; інтервал перед 0, після 0).
- ✓ Через рядок - **анотація українською** (або мовою статті), від 80 до 100 слів, де чітко сформульовано головну ідею статті і обґрунтовано її актуальність (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт).

✓ Через рядок - **ключові слова українською** (або мовою статті) 5-8 слів (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт, інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок – **метадані російською** мовою: відомості про автора – вирівнювання по правому краю (прізвище, ім'я, вчений ступінь, вчене звання, місце роботи або навчання (заклад), структурний підрозділ, населений пункт) напівжирний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, інтервал перед 0, після 0, якщо є кілька авторів, то інформація про наступного автора прописується і такій же послідовності через рядок).

✓ Через рядок **назва статті російською** мовою (всі прописні, вирівнювання посередині, напівжирний шрифт, кегль 12, міжрядковий одинарний, інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок - **анотація російською**, від 80 до 100 слів, де чітко сформульовано головну ідею статті і обґрунтовано її актуальність (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт).

✓ Через рядок - **ключові слова російською** мовою 5-8 слів (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт, інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок – **метадані англійською** мовою: відомості про автора – вирівнювання по правому краю (прізвище, ім'я, вчений ступінь, вчене звання, місце роботи або навчання (заклад), структурний підрозділ, населений пункт) напівжирний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, інтервал перед 0, після 0, якщо є кілька авторів, то інформація про наступного автора прописується і такій же послідовності через рядок.

✓ Через рядок - **назва статті англійською** мовою (всі прописні, вирівнювання посередині, напівжирний шрифт, кегль 12, міжрядковий одинарний); інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок - **розширена анотація англійською мовою** (Abstract), яка повинна бути інформативною й оригінальною, має відображати основний зміст статті та результатів дослідження, обсяг анотації англійською мовою: не менше 1800 знаків. Анотація англійською мовою (Abstract) фактично має уявляти собою стислий виклад статті, її реферування, (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт) і повинна складатися з таких структурних частин:

- introduction (вступ);
- the purpose of the article (мета статті);
- results (результати);
- conclusions (висновки);

✓ Через рядок - **ключові слова англійською** мовою 5-8 слів (вирівнювання по ширині, звичайний шрифт, кегль 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт, інтервал перед 0, після 0).

Якщо мова статті англійська (польська, російська), то анотація мовою статті від 80 до 100 слів, а анотація українською мовою подається обсягом не менше як 1800 знаків, включаючи ключові слова, ім'я та прізвища автора й назви статті.

✓ Через рядок – **основний текст статті**, який повинен вміщати в себе такі необхідні елементи (з виділенням по тексту статті):

- постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими або практичними завданнями;
- аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких покладений початок вирішенню даної проблеми і на які спирається автор;
- виділення невирішених раніше питань, що є частиною загальної проблеми, яким присвячується стаття;
- формулювання мети статті (постановка завдання);
- викладення основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів;
- висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок за даним напрямом (згідно з Постановою Президії ВАК України «Про підвищення вимог до фахових видань, внесених до переліків ВАК України» від 15.01.2003 р. № 7-05/1).

Вимоги до оформлення тексту статті. Обсяг основного тексту статті орієнтовно від 16000 знаків (без пробілів) до 25000 знаків (без пробілів). Текстові матеріали повинні бути підготовлені в редакторі MS Word (*.doc). Параметри сторінки: формат – А4, поля – зліва – 2,5 см, справа – 2,5 см, зверху й знизу – 2 см, без колонтитулів та нумерації сторінок. Шрифт основного тексту – Times New Roman, звичайний, рядки без переносів. Параметри абзацу: вирівнювання – за шириною; міжрядковий інтервал – 1,0; відступ першого рядка – 0,75 см.

✓ Через рядок після основного тексту – **Джерела та література** (кегель 10, напівжирний, інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок **перелік використаної літератури** (кегель 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 см) складений відповідно до українського стандарту бібліографічного опису (ДСТУ 8302:2015 «Інформація та документація. Бібліографічне посилання. Загальні вимоги та правила складання»). Усі джерела зі списку літератури (орієнтовно 8-15 джерел) повинні бути процитовані в тексті статті, в іншому випадку відповідний елемент має бути вилучений. Бібліографічні посилання потрібно оформляти так: на одне джерело – [1, с. 4], на кілька джерел – [4, с. 55; 10, с. 15]. Можливе також посилання без зазначення сторінки, якщо йдеться про джерело загалом. Якщо стаття, на яку є посилання, має цифровий ідентифікатор doi (<http://www.doi.org/index.html>), його обов'язково потрібно вказувати. Посилання на неопубліковані роботи не допускаються. Список літератури повинен містити достатню кількість сучасних (за останні п'ять років) джерел за проблемою дослідження. До списку потрібно включати наукові статті українських і зарубіжних авторів. Допускається посилання на власні роботи авторів статті (самоцитуювання), але не більше ніж 20 % від загальної кількості джерел. Назви джерел у списку літератури розміщуються в порядку цитування в тексті.

✓ Через рядок після списку літератури – **References**, (кегель 10, напівжирний, інтервал перед 0, після 0).

✓ Через рядок - список кирилических джерел у транслітерованому вигляді (кегель 10, міжрядковий одинарний, абзацний відступ 0,75 пт); із застосуванням транслітерації та її переклад англійською мовою, де розміщуються ті ж самі джерела оформлені за міжнародним бібліографічним стандартом АРА (<http://www.apastyle.org/>). Назви кирилических джерел транслітеруються, далі у квадратних дужках розміщується переклад.

Он-лайн-конвертер: <http://translit.kh.ua/#passport> (Паспортний КМУ 2010).

Кількість табличного матеріалу та ілюстрацій повинна бути доречною. Цифровий матеріал подається в таблиці, що має порядковий номер, вирівнювання по правому краю (наприклад: *Таблиця 1*) і назву (друкується над таблицею посередині жирним шрифтом, наприклад: **Розрахунок показників для оцінки інвестиційного прибутку**). Назва і зміст таблиці подається шрифтом Times New Roman, кегль 11, інтервал 1.

Формат таблиць – лише книжковий.

Рисунок повинен бути єдиним графічним об'єктом (тобто згрупованим). Для рисунків, виконаних у програмі Excel, потрібно додатково до статті відправити файл Excel (97-2003). Ілюстрації також слід нумерувати; вони повинні мати назви, які вказуються поза згрупованим графічним об'єктом (наприклад: **Рис. 1. Класифікація показників залишкового прибутку**). Ілюстративний матеріал обов'язково повинен бути контрастним чорно-білим, спосіб заливки в діаграмах – штриховий).

Формули (зі стандартною нумерацією) виконуються в редакторі Microsoft Equation. Підписи рисунків та формул повинні бути доступні для редагування. Усі графічні об'єкти не повинні бути сканованими.

Обов'язкове розрізнення знаків дефіс (-) та тире (–), а також використання лапок такого формату «» («текст»).

Виділення фрагмента тексту можливе курсивом (підкреслення не допускається).

Цитати, таблиці, ілюстрації, всі цифрові дані подаються з обов'язковими посиланнями на джерела. Під кожною таблицею та рисунком має бути зазначено джерело (Наприклад: *Джерело: Власна розробка автора*). Для подання джерела потрібно використовувати шрифт “Times New Roman”, 9 кегль, звичайний.

Неприпустимим є використання нерозшифрованих аббревіатур і вперше введених термінів. Усі аббревіатури повинні бути розшифровані при першому вживанні.

Дотримання вимог є обов'язковим! Відповідальність за зміст статті несе автор!

Матеріали потрібно надсилати на e-mail: econom.faculty@gmail.com.

Опубліковані статті надсилаються авторам у форматі PDF.

Вартість публікації обсяг від 16000 знаків (без пробілів) до 25000 знаків (без пробілів) становить **750** гривень (з врахуванням вартості ідентифікатора цифрового об'єкту - DOI - 200 грн). Вартість статті обсягом понад 25000 знаків (без пробілів) формується з розрахунку **750 грн. + 60 грн.** за кожні 1800 знаків (без пробілів).

При потребі автору (авторам) статті друкованого примірника журналу, здійснюється відповідна доплата в сумі **200** грн. за кожен примірник.

Вимоги до статей, останні випуски журналу, архів номерів, різна інформація – на сайті видання: <http://echas.eenu.edu.ua>

Стосовно інших питань за консультацією просимо звертатися до відповідального секретаря Кулинич Мирослави Богданівни (сл. тел. 0332-24-89-78; моб. тел. (066)-960-53-61).

Файл статті назвати «Прізвище_стаття» (напр. «*Степанюк_стаття*»).

До статті окремим файлом («*Авт.довідка_Степанюк*») потрібно подати інформацію про автора:

АВТОРСЬКА ДОВІДКА

Назва статті _____ (українською та англійською мовами)

Прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь та вчене звання, посада автора (-ів) (українською та англійською мовами) _____

ORCID (цифровий ідентифікатор автора, що відрізняє Вас від будь-якого іншого дослідника, підтримує зв'язок між Вами й Вашою професійною діяльністю. Отримати свій унікальний ідентифікатор ORCID можна, зареєструвавшись <http://about.orcid.org>, <https://orcid.org/register>) _____

Місце роботи, навчання, поштова адреса, індекс, службовий телефон (установи чи організації) (українською та англійською мовами) _____

Поштова адреса Нової пошти, № відділення, на яке редколегія при потребі надсилає друкований примірник збірника _____

Телефон _____ . E-mail _____

Наукове видання

**Економічний часопис
Волинського національного університету
імені Лесі Українки**

Журнал видається з 2015 року

№ 2 (30)

2022

Технічний редактор: *Л. М. Козлюк*

Свідоцтво про державну реєстрацію КВ № 21451-11251Р від 25.06.2015 р.

Сайт журналу: echas.vnu.edu.ua

Формат 60×84¹/₈. Обсяг 16,02 обл. вид. арк., 16,27 ум.-друк. арк. Наклад 100 пр. Зам. 488.

Адреса редакції: 43025, м. Луцьк, вул. Винниченка, 28, факультет економіки та управління Волинського національного університету імені Лесі Українки. Тел. (0332) 24-89-78. Ел. адреса: econom.faculty@gmail.com.

Засновник – Волинський національний університет імені Лесі Українки
(43025, м. Луцьк, просп. Волі, 13).

Виготовлювач – Вежа-Друк (м. Луцьк, Шопена 12, тел (0332)-29-90-65)

Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України

ДК № 4607 від 30.08.2013 р.