АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА

ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 4/3'2021

(видається з 1994 року)

ISSN 2409-1944

[https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\)](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3))

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата з економічних і юридичних наук

Наказ Міністерства освіти і науки України від 02 липня 2020 р. № 886 (економічні науки).

Наказ Міністерства освіти і науки України від 24 вересня 2020 р. № 1188 (юридичні науки).

Рішення Аудиторської палати України від 21.12.2017 р. № 353/10 (облік та аудит).

Реєстраційне свідоцтво серії КВ № 21620-11520ПР від 12 жовтня 2015 р.

Журналу присвоєно міжнародний ідентифікаційний номер ISSN 2409-1944 та включено до міжнародної наукометричної бази Index Copernicus.

Префікс doi журналу: 10.37634/efp.

2021 р.). Повний або частковий передрук матеріалів журналу допускається лише за згодою редакції.

Відповідальність за добір і викладення фактів несуть автори. За зміст та достовірність реклами несе відповідальність рекламодавець.

Підписано до друку 29.04.2021

Формат 60/84/8

Наклад – 250 прим.

Адреса редакції: 01001, м. Київ, вул. Хрещатик, 44

Телефони: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Факс: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Сайт: www.efp.in.ua

Засновники:

Аудиторська фірма "Аналітик" спільно з Національною академією внутрішніх справ України

Статті обов'язково проходять

відбір, внутрішні і зовнішні рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 7 від 21 квітня

Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2021
© "Економіка. Фінанси. Право",
2021

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА

ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

№ 4/3'2021

(issued from 1994)

ISSN 2409-1944

[https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\)](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3))

Journal is included in the list of scientific professional editions of Ukraine, which can be published results of dissertations for the degree of doctor and candidate (PhD).

Order of Ministry of Education and Science of Ukraine of 02 July 2020 № 886 (economic sciences).

Order of Ministry of Education and Science of Ukraine on September 24, 2020 № 1188 (legal sciences).

Order of Audit Chamber of Ukraine on 21 December 2017 № 353/10 (accounting and audit).

Certificate of registration of a series of KV № 21620-11520PR dated October 12 2015.

Journal is awarded the international identification number ISSN 2409-1944 and included in the international Scientometrics base Index Copernicus.

Journal's doi: 10.37634/efp.

Founders:

Audit firm "Analitik" jointly with the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

Articles must pass

selection, internal and external review

Recommended for publication and dissemination through the Internet by the Academic Council of the National Academy of Internal Affairs of Ukraine (Protocol № 7 dated April 21, 2021). Full or partial reprint of the

materials of the journal is allowed only with the consent of the editorial office.

The authors are responsible for the selection and presentation of the facts. The content and authenticity of the advertisement is the responsibility of the advertiser.

Signed for print 29.04.2021

Format 60/84/8

Publication – 250 copies

Address of the editorial office: 01001, Kyiv,
Khreshchatyk str., 44

Phones: (050) 735-43-41, (096) 221-88-61

Fax: (044) 278-05-88

E-mail: efp.redaktor@gmail.com

Web: www.efp.in.ua

*The subject of
publishing*

© "Analitik", 2021
© "Economics. Finances. Law",
2021

Typography: LLC "International Business
Center"

Головний редактор

Левченко Валентина Петрівна, д.е.н., член Ради нагляду за аудиторською діяльністю Органу суспільного нагляду за аудиторською діяльністю, директор ВПГО «Спілка аудиторів України»

Шеф-редактор

Головач Володимир Володимирович, к.ю.н., голова правління ПрАТ «Аудиторська фірма "Аналітик"», Заслужений юрист України

Члени редакційної колегії з економічних наук:

Бойко Антон Олександрович, к.е.н., доцент кафедри економічної кібернетики, Сумський державний університет

Величко Олена Георгіївна, радник першого віце-прем'єра міністра України – Міністра економічного розвитку і торгівлі України

Вереzubova Tetiana Anatoliivna, д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, Білоруський державний економічний університет

Герасимович Анатолій Михайлович, д.е.н., професор, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

Головач Tetiana Anatoliivna, д.е.н., професор, аудитор, заступник директора з наукової роботи Інституту аудиту

Криштопа Ірина Ігорівна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, вчений секретар Державного підприємства «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування»

Полякова Євгенія Сергіївна, к.е.н., доцент кафедри фінансів та банківської справи, проректор з науково-педагогічної роботи (навчальний процес) Вищого навчального закладу «Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»

Потішняк Олена Миколаївна, д.е.н., професор, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка

Прушківський Володимир Геннадійович, д.е.н., професор, перший проректор Запорізького національного технічного університету

Сіскос Евангелос, д.е.н., професор, Університет Західної Македонії

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., професор, ректор Вищого навчального закладу "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»", Академік Академії економічних наук України

Тринчук Віктор Вікторович, к.е.н., доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу Національного університету харчових технологій

Чижевська Людмила Віталіївна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і аудиту Державного університету «Житомирська політехніка», академік Академії економічних наук України

Члени редакційної колегії з правових наук:

Балгіббекова Гульнара, к.ю.н., завідувач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативно-розшукової діяльності Національної академії внутрішніх справ, заслужений юрист України, полковник поліції

Глушков Валерій Олександрович, д.ю.н., проф., заслужений юрист України, академік Міжнародної академії безпеки та конфліктології

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри адміністративної діяльності НАВС

Луць Володимир Васильович, д.ю.н., професор, заслужений діяч науки і техніки України, академік Національної академії правових наук України

Мусін Куат Санязданович, к.ю.н., старший викладач кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет ім. Е.А. Букетова

Озерський Ігор Володимирович, д.ю.н., професор, професор кафедри цивільного та кримінального права і процесу Чорноморський національний університет імені Петра Могили, академік Національної академії наук вищої освіти України

Скоржевська-Амберг Малгожата, Доктор філософії, адвокат, Університет Козмінського, юридичний коледж, Кафедра теорії, філософії та історії права (Польща)

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, завідувач кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна". Заслужений юрист України.

Яровий Анатолій Олександрович, к.ю.н., доцент, професор кафедри права публічного адміністрування Маріупольського державного університету, суддя у відставці

Відповідальний редактор: Поповецька-Демченко Леся Петрівна

Випусковий редактор: Туманян Анна Оганесівна

Editors-in-chief

Valentyna P. Levchenko, Dr. Economics, member of the Supervisory Board for audit activity of the Authority public oversight for audit activity, Director of the All-Ukrainian Professional Non-Governmental Organization "Union of Auditors of Ukraine"

Volodymyr V. Holovach, PhD Law, Head of the Board of the Audit Firm "Analytik", Honored Lawyer of Ukraine

Members of the editorial board of Economic Sciences:

Anton O. Boiko, PhD Economics, Associate Professor of Economic Cybernetics Department, Sumy State University

Olena H. Velychko, Advisor to the First Vice Prime Minister of Ukraine - Minister of Economic Development and Trade of Ukraine

Tatyana A. Verezubova, Dr. Economics, Professor, Head of the Department of Finances, Belarusian State Economic University

Evangelos Siskos, Dr. Economics, Professor, University of Western Macedonia

Anatoli M. Herasymovych, Dr. Economics, Professor, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

Tetiana A. Holovach, Dr. Economics, Professor, auditor, deputy director for scientific work of the Institute of Audit

Iryna I. Kryshchova, Dr. Economics, Professor, Professor of Accounting and Taxation Department, Kyiv National Economic University after Vadym Hetman

Yurii M. Mantsevyich, Dr. Economics, Associate Professor, Scientific Secretary of the State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development"

Yevheniia S. Poliakova, PhD Economics, Associate Professor of Finances and Banking Department, vice-rector for scientific and pedagogical work, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»

Olena M. Potyshniak, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Business and Management Department of the Kharkiv National Technical University of Agriculture after Petro Vasilenko

Volodymyr H. Prushkivskiy, Dr. Economics, Professor, First Vice-Rector of the Zaporizhia National Technical University

Serhii A. Tkachenko, Dr. Economics, Professor, Rector of the Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"», Academician of Academy of Economic Sciences of Ukraine

Viktor V. Trynchuk, PhD Economics, Associate Professor of tourism and hotel business department, National University of Food Technology

Liudmyla V. Chyzhevska, Dr. Economics, Professor, Professor of the Production, Professor of Accounting and Auditing Department, State University "Zhytomyr Polytechnic", Academician of the Academy of Economic Sciences of Ukraine

Members of the editorial board of Law Sciences:

Gulnara Balgimbekova, PhD Law, Head of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Serhii F. Konstantinov, Dr. Law, Professor, Head of the Administrative Activity Department of the National Academy of Internal Affairs

Viktor I. Vasylynychuk, Dr. Law, Professor, Professor of the Operational and Investigating Department of the National Academy of Internal Affairs, Honored Lawyer of Ukraine, Colonel of the Police

Valerii O. Hlushkov, Dr. Law, Professor, Honored Lawyer of Ukraine, Academician of the International Security and Conflict Academy

Volodymyr V. Luts, Dr. Law, Professor, Honored Worker of Science and Technology of Ukraine, Academician of National Academy of Law Sciences of Ukraine

Kuat S. Musin, PhD Law, Senior Lecturer of the constitutional and international law department, Karagandy State University after E.A. Buketov.

Ihor V. Ozerskyi, Dr. Law, Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process Department of Black Sea National University after Petro Mohyla, Academician of the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine

Malgorzata Skorzevska-Amberg, PhD, DSc, Kozminski University, College of Law, Department of Theory, Philosophy and History of Law (Poland)

Yurii O. Frytskyi, Dr. Law, Professor, Head of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines Department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University, Honored Lawyer of Ukraine

Anatoli O. Yarovy, PhD Law, Professor of Law and Public Administration Department, Mariupol State University, retired judge

Managing editor: Lesia P. Popovetska-Demchenko

Issue Editor: Anna O. Tumanian

ЗМІСТ

БЕЛОУСОВ Я.І., СЕРЄБРЯК К.І., БЕЛОУСОВА Л.І. Стратегічні орієнтири розвитку конкурентоспроможного підприємства та їх вплив на конкурентні переваги	5
ГОЛЮК В.Я., МЕГЕЛЬ Х.О. Сучасний стан та перспективи розвитку українського ринку соусів	11
МАТВЄЄВА О.М., КОСТЮНІК О.В., ТИТАРЕНКО А.Д. Сучасна концепція трактування економічної сутності грошових коштів та виокремлення їх класифікаційних ознак	16
НЕЧИПОРУК Н.В. Стратегічний управлінський облік у системі інформаційного простору підприємства	21
СИТЕНЬКА О.С., МАКАРЧУК Ю.В. Представництво у суді у цивільних справах адвокатом як представником	24

CONTENTS

BIELOUSOV Ya., SIERIEBRIAK K., BIELOUSOVA L. Strategic guidelines for the development of a competitive enterprise and their influence on competitive advantages	5
HOLIUK V., MEHEL Kh. Current state and development prospects of Ukrainian sauce market	11
MATVIEIEVA O., KOSTIUNIK O., TITARENKO A. Modern concept of interpretation of the cash flow economic essence and its classification	16
NECHYPORUK N. Strategic management accounting in the system of information space of the enterprise	21
SYTENKA O., MAKARCHUK Yu. Representation in court in civil cases by lawyer as a representative	24

БЕЛОУСОВ
Ярослав Ігорович
2exa@ukr.net

СЕРЕБРЯК
Ксенія Ігорівна
serebriakki@ukr.net

БЕЛОУСОВА
Любов Іванівна
belousova_2014@ukr.net

к.е.н., доцент, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

д.е.н., професор, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

к.е.н., доцент, Східноукраїнський
національний університет імені
Володимира Даля (м. Сєвєродонецьк)

УДК 339.137

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ ВПЛИВ НА КОНКУРЕНТНІ ПЕРЕВАГИ

STRATEGIC GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF A COMPETITIVE ENTERPRISE AND THEIR INFLUENCE ON COMPETITIVE ADVANTAGES

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).1](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).1)

BIELOUSOV Yaroslav – PhD in Economics, Associate Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

SIERIEBRIAK Kseniia – Doctor of Economics, Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

BIELOUSOVA Liubov – PhD in Economics, Associate Professor, Volodymyr Dahl East Ukrainian National University

Мета роботи - дослідження стратегічних орієнтирів розвитку підприємств та їх впливу на формування конкурентних переваг. Під час дослідження застосовані методи логічного узагальнення інформації, наукових праць вчених, вивчення джерел інформації. Проведене дослідження підтвердило, що орієнтири стратегії розвитку підприємства, які скеровані на конкурентоспроможність, сприяють можливості виходу на нові ринки, створенню нових груп споживачів та розширенню існуючих груп, що надає змогу зростати доходу підприємств.

* * *

Modern enterprises are forced to develop and implement strategies that ensure the fulfilment of new tasks based on innovation due to continuous changes in development.

To gain a competitive advantage, which requires finding ways to enhance the competitiveness and adequately respond to external challenges, companies have to search for new strategic guidelines and determine their influence on competitive advantages.

The topicality of this paper is in the need to study the formation of the competitiveness of enterprises, determine the features of their development, research strategic guidelines for enterprise development, and their influence on the formation of competitive advantages.

The study applied the methods of logical generalization of information, comparison and formalization, analysis of research papers, the study of information, clarification of the studied information, systematization, forecasting, system and logistic approach of observation.

The paper researches strategic guidelines for enterprise development and their influence on the formation of competitive advantages. The paper considers enhancing the competitiveness of enterprises through its ability to form and use the aggregated potential in the long-term prospect. This provides benefits to the enterprise and the implementation of its priority tasks, achievement of ultimate goals, and is determined by several methodological aspects, factors for improving competitive positions driven by changes, the implementation of which helps to increase the chances of winning competition in the market. The study has confirmed that guidelines of the company's development strategy aimed at the competitiveness promote opportunities to enter new markets, create new consumer groups and expand the existing ones allowing the company to grow even without powerful additional technological or productive innovations. The paper proves that the implementation of innovation policy helps the company to gain its competitive advantages, improve its image and, consequently, stimulate consumer interest.

Ключові слова: стратегічні орієнтири, підприємство, стратегічне планування, розвиток, переваги, конкурентоспроможність, вплив

Keywords: strategic guidelines, enterprise, strategic planning, development, competitive advantages, competitiveness, influence

ВСТУП

Конкурентоспроможність підприємств безпосередньо залежить від пізнання чинників навколишнього середовища, а саме рівня конкуренції у галузі, рівня оснащення та технологічних змін у конкурентів, ринку інновацій та ринкового навантаження, можливості розширення ринку збуту, нових принципів використання ринкових механізмів для сприяння інноваційної діяльності, механізмів взаємодії підприємства

з навколишнім зовнішнім середовищем, рівня загроз, системи керування ринком певного продукту, яка спонукає до проведення моніторингу, аналізу, планування, організації всіх ресурсів для задоволення потреб споживачів, вміння правильно використовувати ту чи іншу ринкову ситуацію, яка виникла в середовищі. Особливе місце займає чинник часу, оскільки він пов'язаний зі збутом інноваційного продукту, його рентабельністю. На стадії прогнозування підприємство повинно зважати на слабкі вектори

свої діяльності, які схильні до втрати міцності та яким притаманні зміни, що можуть виявитися у процесі виробництва. Це слабкий ресурсний потенціал, недостатність фінансових коштів, порушення логістичних мереж, недосконалість інженерно-транспортної інфраструктури та коли технології спираються на застарілі підходи тощо. Прогнозні розрахунки повинні враховувати сучасні вимоги споживачів, переваги конкурентів на ринку, передбачати можливі політичні зміни у регіоні або державі.

В умовах безперервних змін у процесах розвитку середовища, керівники багатьох сучасних підприємств змушені розглядати розроблення і впровадження нових інноваційних стратегій, що скеровані на конкурентоспроможність, як гостру необхідність.

З метою отримання переваг у конкурентній боротьбі, яка зумовлює пошук шляхів підвищення конкурентоспроможності та відповідну реакцію викликам зовнішнього середовища, підприємства вимушені шукати нові орієнтири стратегій та вивчати їх вплив на конкурентні переваги.

Серед вітчизняних і закордонних вчених, які через свої наукові праці зробили вагомий внесок у розвиток теорії конкурентоспроможності, методології її оцінювання, сталого розвитку підприємств виділяються М. Чумаченко, О. Амоша, А. Мазаракі, І. Заблудська, Р. Галгаш, І. Семененко, М. Максимова, Р. Фатхутдинов, І. Должанський, Ю. Іванов, І. Герчикова, О. Драган, В. Гончаров, Т. Загорна, Н. Тарнавська, А. Вакуленко, Й. Шумпетер, А. Сміт, Д. Рікардо, Ф. Найт та ін.

Наукові праці відомих вчених містять дослідницький і науковий матеріал, однак, окремі аспекти та питання відносно конкурентоспроможності підприємств, конкурентної боротьби, пошуку орієнтирів стратегії розвитку сучасних підприємств потребують подальшого вивчення й дослідження.

Актуальність теми обумовлена необхідністю вивчення процесу формування конкурентоспроможності підприємств, визначення особливостей їх розвитку, дослідження стратегічних орієнтирів розвитку підприємств та впливу на формування конкурентних переваг.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі дослідження застосовані методи логічного узагальнення інформації, порівняння та формалізації, аналізу та вивчення наукових праць вчених, групування джерел інформації, уточнення дослідженої інформації, систематизації індикаторів та прогнозування, системний та логістичний підхід спостереження.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Основними індикаторами, які характеризують високий ступінь конкурентоспроможності підприємства є наявність розвинутого виробничого, технологічного та фінансового потенціалів, власних потужностей, інших ресурсів для вирішення стратегічних завдань, здійснення ефективних процесів купівлі і продажу, стійкості до змін на ринку, здатність якісно та у встановлені терміни виконувати державне замовлення та інші зобов'язання, що робить підприємство привабливим для інвесторів.

Конкурентоспроможне підприємство являє собою раціональну виробничу структуровану систему з роз-

винним ресурсним потенціалом. Воно здатне розробити орієнтири, вплив яких безпосередньо формує конкурентні переваги у вигляді зміцнення капіталу підприємства та розвитку збутової діяльності, зростання майбутніх прибутків, створення та зміцнення ринкових позицій, додаткової сталості відносно несприятливих або неочікуваних впливів зовнішнього середовища і протидії конкурентів.

Саме конкурентна боротьба виступає механізмом ринкового регулювання та швидкого реагування на виклики ринку. Самостійність господарювання, ініціативний, творчий, морально відповідальний підхід до справи викликає необхідність рішення цілої низки проблем, пов'язаних з інноваційним пошуком ринкових можливостей, управлінням фінансами, використанням ресурсів та залученням інвестицій [1, с. 185–186].

Конкурентна боротьба визначає вплив інноваційних технологій, задіяних у виробництві на продуктивний результат, формуючи загальні процеси стратегічного управління розвитком підприємства. Вони реалізуються через координаційні дії та управлінські рішення для прискорення впровадження інновацій, які орієнтовані на конкурентоспроможність та виступають засновником створення нового продукту з покращеними якість, визначають ступінь диференціації продукції.

З метою створення та реалізації нового конкурентного продукту підприємствам необхідні додаткові інвестиції. Конкуренція набуває особливо гострої форми у тих ринкових сегментах продажу, які здатні гарантувати таку реалізацію. Завданням кожного підприємства, яке потребує капіталовкладень, інвестиційних коштів, є завоювання міцних позицій на ринку не тільки у внутрішньому середовищі, а й у зовнішньому, готовності до змін, які в них відбуваються. Обмеженість власних фінансових ресурсів підприємств, складності у залученні коштів інвесторів та необхідність повернення банкам високих відсотків за кредитами, уповільнює процес створення інноваційного продукту.

В умовах розвитку ринкової економіки процес підвищення конкурентоспроможності підприємств реалізується в його здатності сформувати і використати у довгостроковій перспективі сукупний потенціал, який визначається взаємодією інноваційної і виробничої складових. Така взаємодія забезпечує переваги підприємству та прискорює реалізацію його пріоритетних завдань, дає змогу не лише вдосконалювати виробничий процес і продукт, а й прогнозувати перспективи розвитку підприємства, досягати кінцевих цілей, сприяти визначенню методологічних аспектів, виявленню факторів покращення конкурентних позицій, що управляються змінами, шляхом впровадження ефективних інструментів адаптації до зовнішнього середовища. У процесі здійснення прогнозування, підприємство, яке забезпечує свою конкурентоспроможність, для проведення аналізу та своєчасного діагностування стану всіх систем і підсистем, їх інтегрованості із загальною системою управління, керується певними індивідуальними й колективними експертними оцінками, які є підставою для визначення ефективності, стабільності та рівноваги конкурентних переваг.

Сучасний ринок конкурентного продукту характе-

ризується взаємодією попиту і пропозиції, вимагає від підприємств прогресивних, структурних і трансформаційних змін. В умовах змін, звичайні методи управління підприємством, стратегії, які не враховують прагнення підприємства до конкурентоспроможності та інноваційного розвитку, не передбачають дій, скерованих на зміцнення ресурсного потенціалу підприємства, перестають давати очікувані результати. У підприємства можуть з'явитися непередбачувані ризики та загроза втрати його сталості, рівень якої буде зростати пропорційно розширенню використання нових технологій в організаційній та управлінській діяльності. Шляхом вирішення цих проблем може стати застосування існуючого на підприємстві механізму гарантування безпеки. Функції механізму проявляються у визначенні безпеки та негативних явищ, нейтралізації загроз і кризових станів, а також у своєчасних заходах із прогнозування та запобігання їм.

Механізм гарантування безпеки має містити елементи: оцінка стратегії розвитку, оцінка процесів, які зумовлюють вибір напрямку розвитку, визначення додаткових тактичних пріоритетів, аналіз факторів, розроблення плану заходів щодо вдосконалення механізму гарантування безпеки [2, с. 15].

Іншими напрямками вдосконалення розвитку підприємства та досягнення рівня конкурентоспроможності, можуть стати: впровадження у виробництво нових принципів, наприклад, постійної модернізації, застосування сучасних удосконалених процесів, методів і ефективних конкурентних підходів, які ґрунтуються на низьких витратах виробництва, за умови, коли на ринку переважає цінова конкуренція, а продукція стандартизована. Оптимізація на всіх ланках і в системах виробничого процесу, приймання дієвих управлінських рішень та впровадження ефективних заходів, скерованих на формування переваг відносно конкурентоспроможності, коли її зміни обумовлені як зовнішніми, так і внутрішніми факторами впливу, значна частина яких може розглядатися в якості керованих параметрів на зовнішніх ринках, максимально якісно впливають на розвиток підприємства, підвищуючи рівень його конкурентоспроможності.

Реалізація нового продукту високотехнологічного рівня, виготовленого підприємством, у стратегії розвитку якого передбачені орієнтири на конкурентні переваги, такі як технологічні, виробничі, комунікаційні тощо, дає змогу не тільки завоювати переваги на ринку, розширити його сегменти, а й впливати на конкурентів конкретного ринку, послаблюючи їхні позиції, дає можливість отримати надприбуток, інтенсивність нарощування якого знаходиться залежно від рівня окупності витрат. Конкурентні переваги не можуть бути вічними, вони створюються й утримуються у часі тільки за постійного вдосконалення всіх сфер діяльності й залежать від джерел їх одержання, динамічності інноваційних процесів, своєчасної зміни конкурентних переваг на нові, перспективні. Для визначення конкурентних переваг важливо орієнтуватися на запити споживачів і пересвідчитися у тому, що ці конкурентні переваги реальні, унікальні, відчутні для споживачів і сприймаються ними як такі [3, с. 448-450].

Використання конкурентних переваг із завданням не тільки окупності вкладених витрат, а й отримання

надприбутків, наприклад, через заплановане зниження витрат, потребують постійного моніторингу й контролю, оцінювання раніше впроваджених стратегій та результатів впроваджених стратегічних рішень за багатьма напрямками. Векторами контролю можуть стати результати, час, кількість, методи, потенціали, фінанси, обсяги, ресурси, рішення, ідентифікація проблем, небезпека, ризики, ринки, конкуренти, системи, кадри тощо.

Конкурентні переваги підприємства пов'язані з невизначеністю ринкової поведінки конкурентів, їх чисельністю на ринку, розмірами підприємства та обсягами збуту, асортиментом та новизною виробленого продукту, особливостями методів впроваджених технологій його збуту, методами адаптації до нестабільного зовнішнього середовища, з неузгодженістю у функціонуванні систем самого підприємства та безконтрольністю їх функціонування, неспроможністю до інших зовнішніх викликів та рівнем загроз у внутрішньому середовищі, зі змінами у сфері політики. Конкурентні переваги зумовлюють виникнення протиріч із зовнішнім середовищем, зі змінами у відносинах із конкурентами та їхніми партнерами у ринкових взаємозв'язках.

У процесі здійснення підприємством виробничої та господарської діяльності, складові переваг набувають організаційних та структурних змін, нових якостей, змінюються в часі, діють тільки в певний період та за певних умов, потребуючи постійного моніторингу індикаторів і показників набутих властивостей. З урахуванням цих факторів переваги можуть втрачати свою сталість, а, отже, і зацікавленість до них.

Зміцнювати свої конкурентні переваги, покращувати свій імідж, а отже, підвищити зацікавленість споживача, підприємству допомагає реалізація інноваційної політики. На думку Я.І. Белоусова, успіх розвитку вітчизняного бізнесу в даний час полягає у вдосконаленні управління інноваціями за принципами: створення атмосфери стимулюючої пошук і освоєння нововведень; націленість інноваційного процесу на потреби споживача; визначення пріоритетних напрямів інноваційних робіт, виходячи з цілей і завдань, скорочення числа рівнів в управлінні з метою прискорення процесу «дослідження – виробництво – збут» [7, с.141].

Стратегія розвитку великих наукоємних підприємств, повинна орієнтуватися на сучасні інноваційні технології, носити цільовий характер. Підприємства, які мають розвинений науковий потенціал та здатні слугувати базою для технічних і технологічних інновацій, створити умови для якісних змін у майбутньому, запроваджують інноваційні процеси у виробництво, нарощують інноваційний, технологічний потенціал, на які й спираються в досягненні поставлених цілей, наприклад, таких як завоювання кращих та вигідніших позицій на ринку або вихід на освоєний ринок із новим продуктом або технологіями, досягнення високіх, наукових і науково-технічних результатів.

Технологія, як ключова сфера управлінської уваги, сприяє зміцненню таких позицій, як забезпечення технологічного лідерства, можливість бути лідером ринку та отримувати переваги від впровадження нових досконалих продуктів, отримання додаткових переваг,

завдяки унікальності технології або створеної із її використанням продукції, випередження конкурентів [4, с. 138–140].

Попит споживачів, зміна суспільних потреб, які лежать в основі ефективності збутової діяльності, впливають на прагнення підприємства виготовляти новий інноваційний продукт. Стратегічне орієнтування розвитку підприємства на новий продукт передбачає створення якісного продукту, який втілює конкурентні переваги та являє собою сукупність споживчих властивостей, нової якості та забезпечує здатність підприємства конкурувати з аналогами на конкурентному ринку в певний проміжок часу й забезпечує максимальне повне задоволення споживачів, що веде до стабільних зв'язків із ними. У найбільш загальному випадку вони реалізуються у диференціації продукції під час обслуговування якого-небудь ринку або його сегменту.

Орієнтири стратегії розвитку підприємства, які скеровані на конкурентоспроможність, надають можливість виходу на нові географічні ринки, створення нових груп споживачів та розширення існуючих груп, що сприяє зростанню доходу підприємства навіть без серйозних додаткових технологічних або продуктивних інновацій. Підприємство може використовувати ефект масштабу виробництва, зменшуючи операційні витрати, що веде до зростання прибутку та використовувати ефект мультиплікації ринку, застосовуючи для іншого географічного ринку або групи клієнтів уже апробовані, та такі, що підтвердили свою результативність, методи, прийоми та способи роботи [4, с. 138–140].

Стратегія розвитку підприємства, у планах якого є досягнення конкурентоспроможного стану, формується на основі системного підходу, який зі свого боку спирається на принцип цілісності, відповідно до якого, зміни мають сприяти покращенню діяльності у всіх підсистемах підприємства та на принцип декомпозиції, що дозволяє зменшити рівень складності прогнозованої стратегії. Застосування комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності, кількісні показники якого згруповані відповідно до поставлених стратегією цілей, здійснюється на підставі розрахунку з використанням систематизованої документальної та кодифікованої інформації. Значення отриманих показників не можуть характеризувати ефективність стратегії розвитку підприємства, але рівень ефективного управління в означеній стратегії, за визначеними напрямками відносно конкурентоспроможності, може охарактеризувати їхню динаміку – збільшення є позитивним, а зменшення негативним.

Показники комплексного оцінювання рівня конкурентоспроможності підприємства об'єднуються за такими напрямками, як стійкість фінансового становища підприємства, ефективність процесів купівлі, продажу товарів і послуг, оцінка ринкового положення. Саме наявність ресурсів, їх органічна й технічна побудова визначає можливість розвитку.

Розроблення і впровадження конкурентної стратегії дає підприємству міцну конкурентну перевагу та сприяє можливості розрахунку характеристик майбутнього продукту, його властивостей, які сприятимуть залученню нових споживачів на ринку.

З метою успішної реалізації таких завдань необхідно розробити системний регулятор взаємодії держави з промисловим сектором економіки, який включав би механізм утворення відповідного економіко-правового середовища й державної підтримки підприємств через розміщення державних замовлень, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності та забезпеченню розвитку стимулюючого середовища.

М.О. Панченко, Г.О. Трубаєва зазначають, що незмінним пріоритетом у постановці цілей підприємства, стратегічно орієнтованого на стійку конкурентоспроможність, є досягнення й підтримання певного допустимого рівня доходу, нижче якого він не повинен знижуватися. Така мета актуалізує завдання ресурсозбереження підприємства, яке має інтерес отримання максимально високої прибутковості від своєї діяльності. Грунтуючись на припущенні невизначеності ринкового середовища, варто підкреслити, що система стратегічних орієнтирів підприємства не залишається незмінною: з часом, зі зміною поводження взаємодіючих суб'єктів зовнішнього середовища і, нарешті, із загальними змінами, що відбуваються у навколишньому середовищі, можуть змінюватися формулювання інтересів та їх пріоритетність [5, с. 37–39].

Стратегічні орієнтири розвитку підприємств на технології та виробничі пріоритети передбачають розроблення й застосування методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, системи показників її вимірювання та результати моніторингових досліджень. Вони повинні враховувати показники технічного стану, методи формування алгоритмів підвищення рівня конкурентоспроможності, що враховують оцінювання потужності інноваційного потенціалу та потенціалу формування технологічних ресурсів, форми організації виробничої і фінансової діяльності, ціннові орієнтири на продукт та коефіцієнт його новизни.

Підприємства з невідповідним ресурсним потенціалом, вимушені ініціювати впровадження інших стратегій, скерованих на забезпечення виживання у короткостроковій перспективі, а за умови зміцнення виробничого та економічного потенціалу, здійснювати впровадження інноваційних технологій, що дасть змогу подальшого розвитку в довгостроковій перспективі.

Технологічні та виробничі переваги, домінування підприємства над іншими в галузі, змушує не тільки зберігати конкурентний потенціал, але й постійно нарощувати потужності, вчасно здійснювати оцінювання стратегії розвитку, моніторинг її складових підсистем, корегувати результативність і відповідність та вносити зміни в стратегічне управління, забезпечуючи адекватність обраних рішень. Стратегічні орієнтири можуть тимчасово втрачати сучасність, набувати змін або нових властивостей, які можуть привести до втрати рівноваги, стійкості структури в певному періоді або сприятимуть отриманню значного досвіду в проєктуванні та виготовленні високотехнологічного обладнання, досвіду з забезпечення розширення експортних можливостей підприємства, з формування попиту на продукцію, сприятимуть надходженню інвестицій для зміцнення наукового потенціалу, розвитку техніки, проведенню модернізації та технічного переоснащення.

На думку О.А. Гури, успіху можуть досягти не ті

підприємства, які здатні визначити вірну стратегію, а ті, які вчасно адаптують її відповідно до змін та з урахуванням існуючих на підприємстві та навколо нього ризиків. Конкурентна стратегія – це план управління окремою сферою діяльності, що ґрунтується на діях і підходах, спрямованих на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу. Конкурентна стратегія визначає шляхи завоювання сильних довгострокових конкурентних позицій. Цю стратегію називають стратегією конкурентоспроможності [6, с. 177–178].

Виробничі переваги підприємства знаходяться залежно від наявності кадрового та інтелектуального потенціалу, який зумовлює високий професіоналізм і відповідну освіту працівників, постійне підвищення їхньої кваліфікації, знань та майстерності.

Комунікаційні переваги це засіб зв'язку, який забезпечує обмін сигналами та інформацією про стратегію розвитку підприємства, його цілі й завдання, вони реалізуються через спілкування, дозволяють довести інформацію про зміни у стратегічному управлінні до всіх структур і підрозділів підприємства. Комунікаційний зв'язок дозволяє визначити кадровий потенціал і його можливості, який потребує інформації для його переробки та створення комунікаційної, інформаційної системи. Вибір правильних комунікаційних систем, засобів, каналів і рівнів обміну інформацією визначається такими критеріями, як зміст інформації, її об'єктивність, вірогідність та її об'єкт; підбір доцільних комунікаційних засобів; виділення каналів передачі і сприйняття інформації та способів обміну інформацією. Комунікація здійснюється завдяки послідовному залученню всіх структур і підрозділів підприємства в процес розробки стратегії його розвитку, орієнтирів і системи показників, які оцінюють її досягнення. Менеджери залучаються у процес розроблення стратегії і внутрішніх бізнес-процесів, визначаючи ключові орієнтири, формуючи потенціал кадрів і вимоги до використовуваних технологій, тим самим формують інформаційний потенціал [7, с. 59–61].

Інформація, зокрема, фактографічна має значний вплив на нову інноваційну стратегію розвитку підприємства. Фактографічна інформація заснована на об'єктивних, несуперечливих показниках, які зазначаються в облікових документах, документах із моніторингових досліджень, проведених експертних оціночних звітах та слугують підставою для прогнозних розрахунків. Важливим є можливість вільного доступу до достовірної, точної інформації, що може прискорювати технологічні зміни. Цілеспрямована інформація розповсюджується та швидко впроваджується, впливаючи на якісні трансформації. Експертна інформація має локальний характер і надходить від експертів у вигляді систематизованих індикаторів, узагальнених показників, коефіцієнтів вагомості, нормативних параметрів, інтегрованих складників та характеристик тощо. Якщо інформація буде неупередженою, систематизованою, носити вірогідний характер та призначена головню для прискорення реалізації нової стратегії розвитку, то шляхи її реалізації будуть вимагати постійного коригування, за рахунок змін на всіх ланках виробництва й навколишнього середовища.

Інформаційні переваги підприємства, які є скла-

довою комунікаційних переваг, мають неабияке значення в досягненні конкурентних цілей. Інформаційні ресурси забезпечують можливості для накопичення та використання інформації, регулюють відповідність стратегії підприємства.

За умови ефективного використання інформаційних систем та сучасних інформаційних технологій на підприємстві, їх доцільності, визначається ступінь зростання конкурентоспроможності, тобто широке розповсюдження та швидке впровадження якісних змін, пов'язаних із постійним вдосконаленням технологічної складової; більш якісне та розширене обслуговування споживача; вільний доступ до вірогідної та оперативної інформації, що дає змогу посилити найслабкіші підсистеми та унеможливити перехід до кризового стану; вчасне виявлення ризиків, які знижують стабільний стан стратегічних переваг; визначення механізму управління зовнішньоекономічною діяльністю, фактори ефективності управління прискоренням комунікаційної взаємодії між працівниками; зростання прибутковості підприємства.

Умовами для досягнення високого рівня конкурентоспроможності підприємств є забезпечення функціонування відповідного середовища та засобів, які реалізуються через формування потужного інноваційного та науково-технічного потенціалу, впровадження новітніх технологій, розвинений механізм їх формування, забезпечення процесу виробництва високопрофесійними, освіченими кадрами, які зумовлюють розвиток та задоволення потреб споживачів.

ВИСНОВКИ

В Україні високою залишається кількість підприємств із низьким рівнем конкурентоспроможності, а отже, гостро постає необхідність:

- пошуку відповідних стратегічних орієнтирів розвитку підприємства, діяльність якого скерована на досягнення конкурентоспроможності;
- розроблення і впровадження ефективних механізмів зниження собівартості продукту;
- оцінювання економічного розвитку підприємства, формування умов та системи показників вимірювання рівня конкурентоспроможності;
- визначення методів оцінювання рівня конкурентоспроможності, встановлення індикаторів підвищення її рівня, створення умов для залучення інвестиційних ресурсів на розвиток інноваційної діяльності, через впровадження інструментарію регулювання діяльності підприємств;
- стимулювання інноваційної діяльності, розбудови науково-технічного потенціалу, здійснення інших прогресивних структурних змін, що дозволить призвести підприємство до рівня конкурентоспроможного тощо.

Високий рівень конкурентоспроможності підприємства повинен досягатися у результаті конкурентних переваг, механізм формування яких виступає основним важелем конкурентоспроможності.

Впровадження інновацій, високий ступінь диференціації продукції, високий рівень продуктивності праці та активізація стосовно викликів ринку, залучення інвестиційних ресурсів забезпечує підприємству конкурентоспроможність.

Підприємство, яке за новою ефективною стратегією планує досягти конкурентоспроможності та виробляти високотехнологічну продукцію, повинне спиратися у своїй діяльності на нові інноваційні технології, вдосконалене виробництво, комунікаційні зв'язки та професійність кадрів, їх майстерність, вміння вести інноваційний пошук, виявляти ініціативність і розуміння необхідності стратегічних змін. Використання регуляторних ринкових інструментів, скерованих на підвищення якісних змін в економічній діяльності та розвитку середовища, дозволить підприємству визначити шляхи та активувати свою діяльність у напрямі до конкурентоспроможності.

Список використаних джерел

1. Кучеренко Ю.О., Федотова Т.А. Корпоративная социальная ответственность предприятий как фактор инновационного развития экономики Украины. *Стратегії сталого розвитку: на шляху до сильнішої громади*: матеріали науково-практичної конференції. Сєверодонецьк: СНУ ім. В. Даля, 2016. С. 185–186.
2. Серебряк К.І., Белоусова Л.І., Белоусов Я.І. Дослідження сучасних тенденцій щодо побудови, функціонування та властивостей системи економічної безпеки підприємства. *Danish Scientific Journal (DSJ)*. № 42. Vol. 3. 2020. С. 10–16.
3. Сладкевич В.П., Чернявський А.Д. Сучасний менеджмент організацій. К.: МАУП, 2007. 488 с.
4. Белоусова К.І. Стратегічне позиціонування промислового підприємства: монографія. СНУ ім. Даля, 2012. 204 с.
5. Панченко М.О., Трубаєва Г.О. Стратегічні підходи до управління доходами підприємства. *Економіка Фінанси*. Право. Київ, 2020. № 5/1. С. 37–39.
6. Гура О.Л., Бобівський В.А. Стратегія розвитку підприємств в Україні. *Економіка й держава*. 2020. № 5. С. 177–178.
7. Белоусов Я.І. Стратегічне партнерство машинобудівних підприємств: монографія. СНУ ім. В. Даля, 2011. 204 с.

References

1. Kucherenko Yu.O., Fedotova T.A. Corporate Social Responsibility of Enterprises as a Factor of Innovative Development of the Economy of Ukraine. *Strategies for Sustainable Development: on the Way to a Stronger Community*: proceedings of the Scientific and Practical Conference. Severodonetsk: Volodymyr Dahl EUNU, 2016. pp. 185–186. (in Ukrainian).
2. Sieriebriak K.I., Bielousova L.I., Bielousov Ya.I. Research of Modern Tendencies Concerning Building, Functioning and Properties of the System of Economic Security of an Enterprise. *Denmark. Danish Scientific Journal (DSJ)*. 2020. No. 42. Vol. 3. pp. 10–16. (in Ukrainian).
3. Sladkevych V.P., Cherniavskiy A.D. Modern Management of Organizations. Kyiv: MAUP, 2007. 488 p. (in Ukrainian).
4. Bielousova K.I. Strategic Positioning of an Industrial Enterprise: monograph. V. Dahl EUNU, 2012. 204 p. (in Ukrainian).
5. Panchenko M.O., Trubaieva H.O. Strategic Approaches to Enterprise Revenue Management. *Economics. Finances. Law*. Kyiv, 2020. № 5/1. pp. 37–39. (in Ukrainian).
6. Hura O.L., Bobivskiy V.A. Enterprise Development Strategy in Ukraine. *Economy and State*. 2020. No. 5. pp. 177–178. (in Ukrainian).
7. Bielousov Ya.I. Strategic Partnership of Machine-Building Enterprises: monograph. V. Dahl EUNU, 2011. 204 p. (in Ukrainian).

ГОЛЮК

Вікторія Ярославівна
V_Goliuk@ukr.net

УДК 339.37

МЕГЕЛЬ

Христина Олександрівна
megel1013@gmail.comСУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ
РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ
СОУСІВCURRENT STATE AND DEVELOPMENT
PROSPECTS OF UKRAINIAN SAUCE
MARKETк.е.н., доцент, Національний
технічний університет
України "Київський
політехнічний інститут імені
Ігоря Сікорського"DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).2](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).2)студентка, Національний
технічний університет України
"Київський політехнічний
інститут імені Ігоря
Сікорського"**HOLIUK Viktoriia** – PhD in Economics, Associate Professor, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"**MEHEL Khrystyna** – student, National Technical University of Ukraine "Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute"

Особливе місце в харчовій промисловості посідають соуси, адже вони займають вагомий частку в раціоні багатьох українців. У статті проаналізовано сучасний стан ринку соусної продукції в Україні та визначено перспективи його розвитку. Проаналізовано конкурентне середовище пропонованого ринку. Досліджено динаміку виробництва та реалізації продукції, експорту та імпорту соусів. Охарактеризовано особливості попиту на заданому ринку. Визначено основні тенденції та перспективні шляхи розвитку ринку соусної продукції України.

* * *

Sauces play an important role in the food industry, as they occupy a significant part in the diet of many Ukrainians.

The purpose of the paper is to research current state and development perspective of state of the sauce market in Ukraine.

The study has brought the following results. The study analyzes the current state of the sauce market in Ukraine and identifies prospects of its development. In particular, it was found that the market is saturated and characterized by fierce competition. Peculiarities of demand for sauce products in Ukraine are analyzed, in particular: frequency of purchases, seasonality, dependence on demand for other products. The commodity structure of the market of sauce products of Ukraine is analyzed. It is determined that in Ukraine, in contrast to Western countries, consumption amounts of complex sauces are inferior to mono sauces – mayonnaise and ketchup. The main development trends of the sauce products market in Ukraine are indicated: growth in demand for organic products, decrease in the share of fat and high-calorie products, growth in demand for new exotic sauces. The competitive environment of the market of sauce products of Ukraine is analyzed. It is determined that the main market share belongs to large producers who have a developed distribution network and offer consumers a wide range of products and low prices. The dynamics of production and sale of products, export and import of sauces is studied. It is determined that the share of imports in the domestic market is small, as domestic consumers prefer cheap domestic products. It is substantiated that Ukraine occupies an important place among exporters of sauce products and its export volumes are growing. Perspective ways of development of the sauce products market in Ukraine are defined.

The sauce products market in Ukraine is characterized by saturation, high competition, seasonality and growing demand for organic, low-calorie and exotic products, that forces producers to diversify the product structure and expand sales in foreign markets.

Ключові слова: соусна продукція, конкурентоспроможність, асортимент, ринок, експорт, імпорт

Keywords: sauce products, competitiveness, assortment, market, export, import

ВСТУП

Харчова промисловість є для України однією зі стратегічно важливих галузей. Якість та доступність харчової продукції впливають на рівень продовольчої безпеки держави та є індикаторами соціальної стабільності. Сучасний ринок соусів в Україні характеризується дисбалансом між попитом та пропозицією соусної продукції. Потреби споживачів стрімко зростають і виробникам необхідно швидко реагувати на зміни у попиті. З огляду на це виникає необхідність аналізу сучасного стану ринку соусної продукції та дослідження тенденцій його розвитку задля підвищення конкурентоспроможності та ефективного функціонування вітчизняних підприємств не лише на українському, а й закордонному ринку.

Проблематика пошуку шляхів ефективного розвитку харчової промисловості, зокрема ринку соусної

продукції, є предметом дослідження багатьох вітчизняних та закордонних вчених. Розв'язання проблеми розширення асортименту соусної продукції та усунення негативних тенденцій на ринку соусів присвячені роботи О.М. Артемова, Т.В. Божко, Г.Б. Рудавської, Б.М. МакКенна та ін.

Проте сучасний стан ринку соусів потребує подальших досліджень у контексті розвитку національної економіки в умовах конкурентного середовища та глобалізації виробничих процесів.

МЕТА статті – аналіз та дослідження наявних тенденцій та поточного стану вітчизняного ринку соусної продукції, а також визначення перспектив його розвитку з урахуванням конкурентного середовища, у якому діють суб'єкти господарювання.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною базою дослідження виступили загальнонаукові методи, такі як: абстрактно-логічний метод для узагальнення інформації про сучасні тренди розвитку ринку соусної продукції, методи індукції та дедукції для здійснення умовиводів на основі проаналізованої теоретичної бази, зокрема у дослідженні конкурентного середовища на ринку, статистичний аналіз на основі офіційних даних Державної служби статистики України.

РЕЗУЛЬТАТИ

Харчова промисловість належить до стратегічно важливих галузей України, яка забезпечує потреби споживачів не лише на вітчизняному ринку, а й займає вагомий частку в експорті продукції на світовому ринку. Серед готової продукції в харчовій промисловості важливе місце займає соусна продукція, яка є частиною раціону харчування українців та використовується як у домашній кулінарії, так і в закладах харчування.

Ринок соусної продукції на даному етапі розвитку є дуже насиченим. Попит на дану продукцію має сезонний характер та варіюється залежно від уподобань споживачів. На ринку спостерігається закономірність

Рис. 1. Частота споживання соусів, % від споживачів віком 18–60 років [розроблено авторами на основі [1]]

Рис. 2. Структура ринку соусної продукції в Україні у 2019 р. [розроблено авторами на основі [2]]

Нині спостерігається тенденція до підвищення попиту на органічні та натуральні продукти, особливо це помітно серед молодого й дорослого населення у всьому світі. Ці переконання серед споживачів, які шукають продукцію з екологічною етикеткою, а також занепокоєння стосовно безпечності харчових продуктів призводять до зміни уподобань з придбання соусів. Передбачається, що швидка урбанізація разом з інтересом споживачів до культури різноманітних кухонь сприятиме зростанню попиту на соуси. Окрім цього, суттєве збільшення обсягів інновацій та випуску нових продуктів сприяє зростанню галузі загалом.

Для ринку соусної продукції в Україні характерна

частіших покупок майонезу взимку, а кетчупів та соусів на томатній основі – влітку.

Соусна продукція не належить до товарів першої необхідності. Аналізуючи як часто українські споживачі купують соуси, отримано такі результати: 21 % – один раз на тиждень, 33 % – один раз на місяць, 31 % – двічі на місяць, 15 % – один раз на 3 місяці та рідше. Дані з частоти придбання соусів споживачами України наведено на рис. 1.

До основних мотивів купівлі соусів можна віднести підсилення смаку та доповнення до готових страв, довготривалий термін зберігання, і доступність ціни однієї одиниці продукції. Оскільки це не основний продукт, то відповідно рівень споживання прив'язується до іншої продукції. І за умови падіння попиту на м'ясні, макаронні чи рибні страви, попит на соуси також падає.

На рис. 2 наведено структуру соусів у 2019 р., де можна помітити, що переважає продукція на майонезній основі та майонез, і становить більшу частину всієї наявної продукції – 56,8 %, наступна категорія – кетчупи, яка займає 34,3 %. Білі соуси та гірчиця займають приблизно однакові частки та в сумі становлять 8,9 %.

жорстка конкуренція, оскільки ринок є насиченим. Виробники всіма можливими шляхами намагаються розширити асортимент продукції та захопити якомога більшу частку клієнтів. На ринку соусної продукції успішність виходу нової лінійки товарів та продажу залежить від безперервного моніторингу та відстеження споживчих уподобань.

Загалом, вітчизняні виробники повністю задовольняють потреби споживачів на внутрішньому ринку. Лише незначна частина продукції преміум-класу імпортується в Україну. Обсяги виробництва та реалізації соусної продукції в Україні за період 2014–2020 рр. наведено на рис. 3.

Рис. 3. Обсяги виробництва та реалізації соусної продукції, тис. т [розроблено авторами на основі [2]]

Аналіз даних обсягів виробництва та реалізації соусної продукції свідчить про те, що після 2015 р. відбулось різке падіння попиту на соусну продукцію і відповідно зменшилися обсяги виробництва, у період із 2018 р. виробництво та реалізація соусів має незначні коливання, а останніми роками намітилася тенденція до зростання.

Аналіз товарної структури ринку соусної продукції свідчить про те, що останнім часом спостерігається зниження попиту на традиційну соусну продукцію, а саме майонези та висококалорійні соуси. У світі проявляється орієнтація споживачів на здорове харчування та інтерес до нових смаків, а також споживання екологічно чистої продукції. Українські підприємства намагаються слідувати даним тенденціям випускаючи нові смаки. Але на відміну від західних країн за обсягом споживання в Україні складні соуси поступаються моно соусам – майонезу та кетчупу.

Загалом, в Україні соусну продукцію виробляють більше 200 підприємств. Але великих виробників на ринку, обсяги виробництва яких перевищують 1 тис. т на рік продукції, близько 10 підприємств, а решта – середні й малі, які не складають конкуренції основним гравцям на ринку [3].

Аналіз конкурентів є невід'ємною складовою визначення конкурентоспроможності компаній на ринку та формуванні тактики боротьби. До трійки лідерів на ринку соусної продукції в Україні входить ПрАТ «Волиньхолдінг» (ТМ «Торчин»), ПрАТ «Чумак» (ТМ «Чумак»), та ПрАТ «Львівський жировий комбі-

нат» (ТМ «Щедро»), які забезпечують понад 50 % від загального обсягу виробництва та реалізації продукції. Головними гравцями на ринку соусної продукції в Україні є два підприємства – ПрАТ «Волиньхолдінг» та ПрАТ «Чумак». Оцінювання торгових марок згідно з рейтинговою оцінкою споживачів наведено на рис. 4.

Провідні національні товаровиробники соусної продукції мають великі виробничі потужності та дистрибуторські можливості. Безумовно ринок соусної продукції є висококонкурентним. Такий рівень конкуренції сприяє збільшенню частки великих гравців на ринку, які витісняють слабких конкурентів. Це відбувається шляхом використання ефекту масштабу, збільшення рентабельності виробництва (сучасна рентабельність виробництва в середньому складає 8 %), і відповідно такі масштабні компанії можуть запропонувати споживачам широкий асортимент продукції (нині це понад 30 позицій) та унікальні цінові пропозиції. Жорстка конкуренція стимулює товаровиробників уважно ставитись до якості виготовленої продукції і за цих обставин зберігати конкурентоспроможну ціну [5]. Нині ефективний вихід нових учасників на ринок соусної продукції можливий лише за умови знаходження вільної ніші.

На українському ринку соусної продукції спостерігається тенденція нарощення обсягів зовнішньоекономічних операцій, Україна є доволі значним експортером соусів. Динаміка здійснення експорту та ім. порту соусної продукції у 2015–2020 рр. в Україні наведено на рис. 5.

Рис. 4. Рейтингова оцінка споживачами торгових марок соусів [розроблено авторами на основі [4]]

Рис. 5. Структура експорту та імпорту соусної продукції, 2015–2020 рр. [розроблено авторами на основі [6,7]]

Аналізуючи статистичні дані про обсяги імпорту та експорту соусної продукції можна зробити висновок, що експорт та імпорт в Україні мають майже однакову тенденцію: починаючи з 2015 р., показники дещо збільшуються. Можна спостерігати, що у 2020 р. обсяг експорту зріс на 1,02 % порівняно з 2019 р., а імпорт – на 0,2 %. У 2020 р. з України експортовано соусної продукції вартістю 41,91 млн дол. США [6, 7]. Загалом Україна експортує соусну продукцію переважно в країни ближнього зарубіжжя, а саме до Білорусі – 17,6 %, Німеччини – 15,9 %, Молдови – 12,3 %. Поміж інших експортерів – Грузія, Литва та Іран [8]. Основними підприємствами, які експортують соусну продукцію є ПрАТ «Чумак», ПрАТ «Волиньхолдінг», ТОВ «Техноком» тощо.

Українські споживачі надають перевагу вітчизняній соусній продукції насамперед внаслідок її цінової доступності. Головними зовнішніми постачальниками соусної продукції на український ринок за підсумками 2019 р. є Німеччина, Польща та Австрія, частка експорту від загального обсягу становить 29,2 %, 19,4 % та 8,63 % відповідно [8]. Імпортована продукція представлена в преміум-сегменті ринку, й утримується на ринку внаслідок ексклюзивних рецептів приготування та етнічних смаків. Європейський ринок соусної продукції дуже різноманітний, який поєднує в собі кардинально різні смаки та уподобання споживачів. Проте помітно, що люди обирають нові смакові профілі та слідують здоровому харчуванню. І попит на дану продукцію зростає через екстравагантність міжнародних традиційних кухонь та зумовлений міжнародним туризмом.

На жаль, у період пандемії COVID-19 розпочалась кризова ситуація для підприємств України, особливо зазнали збитків малі підприємства, які опинились на межі закриття чи припинення виробництва. Попри це усе ж ринок соусної продукції має високий потенціал розвитку. Драйверами збільшення обсягів ринку соусів є підвищення загального рівня доходів населення, розвиток туристичної та готельно-ресторанної галузей, а також, розширення ринків збуту.

До основних перспективних шляхів розвитку ринку соусної продукції в Україні можна віднести:

– перехід від виробництва традиційних соусів до розширення асортименту продукції, яка є низькокало-

рійною та до складу якої входять лише натуральні інгредієнти;

– розширення ринків збуту соусної продукції та нарощування експорту продукції з новими смаками з дотриманням міжнародних стандартів якості продукції;

– інтеграція товаровиробників соусної продукції, яка дасть змогу реалізовувати гнучку цінову політику.

ВИСНОВКИ

Проведений аналіз стану ринку соусної продукції в Україні свідчить про жорсткий рівень конкуренції товаровиробників. Вітчизняні підприємства повністю задовольняють потреби споживачів на соусному ринку, що свідчить про насиченість внутрішнього ринку та високий потенціал розвитку в рамках розширення своїх позицій на зовнішніх ринках, у тому числі реалізації стратегій виходу на нові міжнародні ринки. Проте на ринку соусів спостерігається стагнація виробництва майонезів та скорочення попиту на дану продукцію через поширення ідей здорового харчування, і водночас відбувається збільшення попиту на низькокалорійні соуси.

Дослідивши діяльність вітчизняних підприємств на ринку соусної продукції, було визначено, що найпотужнішими гравцями на українському ринку є ПрАТ «Волиньхолдінг», ПрАТ «Чумак» і ТОВ «Щедро». Однак загострення конкуренції вимагає підвищення конкурентоспроможності компаній та розширення ринків збуту продукції. Насиченість вітчизняного ринку соусною продукцією стимулює українських виробників до здійснення експортної діяльності.

Наступні дослідження даної проблематики можуть бути спрямовані на моделювання динаміки обсягів реалізації соусної продукції в Україні та за кордоном.

Список використаних джерел

1. Божко Т., Дончевська Р., Шаповалова Н. Ринок соусної продукції: детермінанти розвитку в Україні. *Товари й ринки*. 2019. № 4. С. 26–39. URL: [http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04\(32\)2019/05.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04(32)2019/05.pdf)
2. Виробництво промислової продукції за видами. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Аналіз харчової галузі. Система YouControl – онлайн-сервіс перевірки компаній. URL: <https://youcontrol.com.ua/>
4. Аналіз ринку майонезів та соусів в Україні 2018 рік. Про консалтинг. URL: <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousovukrainy-2018-god>

5. Жукевич О., Рудавська Г. Виробництво та споживання соусів в Україні. *Товари й ринки*. 2012. № 1. С. 37–45. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2012/13/6.pdf>

6. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

7. Зовнішня торгівля України із зазначенням основних країн-контрагентів у 2015–2019 рр. Державна фіскальна служба України. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3>

8. Sauces nes, mixed seasoning in Ukraine. The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sauces-nes-mixed-condiments-mixed-seasoning/reporter/ukr>

References:

1. Bozhko T., Donchevska R., Shapovalova N. The market of sauce products: determinants of development in Ukraine. *Goods and markets*. 2019. № 4. pp. 26–39. URL: [http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04\(32\)2019/05.pdf](http://tr.knute.edu.ua/files/2019/04(32)2019/05.pdf) (in Ukrainian).

2. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Output of industrial products by types. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

3. YouControl system – online company verification service. Analysis of the food industry. URL: <https://youcontrol.com.ua/> (in Ukrainian).

4. Market analysis of mayonnaise and sauces in Ukraine 2018. About consulting. Available at: <https://pro-consulting.ua/issledovanie-rynka/analiz-rynka-majonezov-i-sousov-ukrainy2018-god> (in Ukrainian).

5. Zhukevych O., Rudavska G. (2012). «Production and consumption of sauces in Ukraine». *Goods and markets*. 2012. № 1. pp. 37–45. URL: <http://tr.knute.edu.ua/files/2012/13/6.pdf> (in Ukrainian).

6. Official site of the State Statistics Service of Ukraine. Ukraine's foreign trade in goods with world countries. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (in Ukrainian).

7. Ukraine's foreign trade, indicating the main counterparty countries in 2015–2019. State fiscal service of Ukraine. URL: <http://sfs.gov.ua/ms/f3> (in Ukrainian).

8. Sauces nes, mixed seasoning in Ukraine. The Observatory of Economic Complexity. URL: <https://oec.world/en/profile/bilateral-product/sauces-nes-mixed-condiments-mixed-seasoning/reporter/ukr>

МАТВЄЄВАОльга Миколаївна
olha.matvieieva@npp.nau.edu.ua**КОСТИУНІК**Олена Валеріївна
olena.kostiunik@npp.nau.edu.ua**ТИТАРЕНКО**Анастасія Денисівна
3599243@stud.nau.edu.uaк.е.н., доцент, професор кафедри,
Національний авіаційний
університетк.е.н., доцент, заст. зав. кафедри,
Національний авіаційний університетстудентка, Національний авіаційний
університет

УДК 336.01

**СУЧАСНА КОНЦЕПЦІЯ ТРАКТУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ГРОШОВИХ КОШТІВ ТА
ВИОКРЕМЛЕННЯ ЇХ КЛАСИФІКАЦІЙНИХ ОЗНАК****MODERN CONCEPT OF INTERPRETATION OF THE CASH FLOW ECONOMIC ESSENCE AND ITS
CLASSIFICATION**DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).3](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).3)**MATVIEIEVA Olha** – PhD in Economics, Associate Professor, Professor of department, National Aviation University**KOSTIUNIK Olena** – PhD in Economics, Associate Professor, Deputy Head of the Department, National Aviation University**TITARENKO Anastasiia** – student, National Aviation University

З огляду на те, що поняття «грошові кошти» так і не закріплено на законодавчому рівні, виникає необхідність дослідження його сутності та класифікаційних ознак, критичного аналізу його трактування з різних боків. Фінансова теорія і практика сьогодні свідчать про відсутність єдиного підходу до визначення економічної сутності понять «грошові кошти» та «грошовий потік», оскільки досі триває дискусія серед закордонних та вітчизняних науковців та практиків стосовно розуміння економічної природи термінів. Критичний аналіз сутності та класифікації грошових коштів є не лише актуальним, а й необхідним. У статті проведено критичний аналіз економічної сутності грошових коштів. Вивчено проблематику економічної сутності грошових коштів та їх класифікації. Досліджено сутність поняття «грошовий потік». Узагальнено та оптимізовано результати критичного аналізу.

* * *

Introduction. At the present stage of economic development, it is impossible to imagine the activities of an economic entity in any industry without paying in cash. Today, the study of the nature of cash is one of the most promising, as increasing the efficiency of economic activity of the entity is based on maintaining its financial stability and maximizing profits, as well as the value of the entity, which is formed by organizing cash flows. Under the condition of controlling the constant movement of cash flows, businesses have the opportunity to provide a high level of economic potential. Thus, a critical analysis of the nature and classification of cash is not only relevant but also necessary.

Purpose. As the concept of “cash” is not regulated at the legislative level, its essence and classification features can be explained in different ways. The purpose of the paper is to study the problems of economic essence and classification of funds, generalization and optimization of results.

Results. A critical analysis of the economic essence of cash. The problems of economic essence of money and their classification are studied. The essence of the concept of “cash flow” is investigated. The results of critical analysis are generalized and optimized.

Conclusion. We have the opportunity to draw the following conclusions: cash – liquid assets of the entity, including cash on hand, bank accounts, cash in transit, electronic money, deposits, etc., on which depends the financial potential of the entity, the prospect of achieving financial goals of any level and which guarantee solvency, financial stability and liquidity of the business entity; cash flows – is the economic process of receipt and expenditure of cash costs in identical and non-cash form, generated in the course of economic activity of the entity, distributed according to production needs in times and spaces to ensure solvency and high efficiency. Thus, a critical analysis of the nature and classification of cash in the process of organizing and conducting business activities, proved that the study of the nature of cash, their qualifications is not only relevant and necessary, but requires further research.

Ключові слова: грошові кошти, грошові потоки, види грошових коштів, класифікаційні ознаки грошових коштів, класифікація грошових коштів

Keywords: cash, cash flows, types of cash, classification features of cash, classification of cash

ВСТУП

На сучасному етапі розвитку економіки неможливо уявити діяльність суб'єкта господарювання будь-якої галузі без розрахунків за допомогою грошових коштів. Дослідження питань з визначення сутності грошових коштів є на цей час одні з найперспективніших, оскільки зростання рівня ефективності господарської діяльності суб'єкта господарювання базується на підтримці його фінансової стійкості та забезпеченні

максимізації прибутку, а також вартості суб'єкта господарювання, головним чинником формування чого є грошові потоки. За умови контролю постійного руху грошових потоків, суб'єкти господарювання мають можливість забезпечити високий рівень економічного потенціалу. Саме від ефективності управління грошовими потоками суб'єкта господарювання залежить перспектива досягнення поточних фінансових цілей будь-якого порядку, що забезпечить платоспромож-

ність, фінансову стійкість та рівновагу. Отже, критичний аналіз сутності та класифікації грошових коштів є не лише актуальним, а й необхідним. Фінансова теорія і практика сьогодення свідчать про відсутність єдиного підходу до визначення економічної сутності понять «грошові кошти» та «грошовий потік», оскільки досі триває дискусія серед закордонних та вітчизняних науковців та практиків відносно розуміння економічної природи термінів.

З огляду на те, що поняття «грошові кошти» так і не закріплено на законодавчому рівні, виникає необхідність дослідження його сутності та класифікаційних ознак, критичного аналізу його трактування з різних боків.

МЕТА статті – вивчення проблематики економічної сутності грошових коштів та їх класифікації, узагальнення та оптимізація отриманих результатів.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Науково-теоретичну основу дослідження сутності грошових коштів та їх класифікації становлять такі методи: узагальнення – для систематизації теоретичних положень стосовно цілей, завдань, напрямів дослідження сутності грошових коштів та їх класифікації;

порівняння та класифікації – для співставлення теоретичних підходів визначення сутності грошових коштів та їх класифікаційних ознак; когнітивного моделювання – для спостереження ситуацій у вигляді причинно-наслідкових зв'язків між факторами впливу на грошові кошти суб'єкта господарювання, що надасть можливість виявити проблеми, які виникають у процесі управління господарською діяльністю та дозволить запропонувати шляхи до їх вирішення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасна концепція трактування економічної сутності грошових потоків вимагає критичного аналізу існуючих підходів провідних вітчизняних та закордонних вчених-економістів, фахівців у галузі обліку до визначення сутності грошових коштів та їх класифікаційних ознак, а також формування такого поняття, яке відповідало б вимогам сьогодення й задовольняло потреби користувачів фінансової звітності. У табл. 1 згруповано авторські висловлювання закордонних та вітчизняних науковців, які демонструють розбіжності розуміння досліджуваних понять, доводять актуальність вивчення запропонованих понять і спонукають до подальших досліджень.

Таблиця 1

Трактування поняття «грошові кошти» та поняття «грошові потоки» вітчизняними та закордонними науковцями [складено на основі [1-12]]

№	Автор	Визначення поняття «грошові кошти» та «грошові потоки»
1	Бондаренко О.М., Матківська Т.Я. [1]	Гроші належать до тієї категорії, яка завжди була досить актуальною в економічній думці. Грошові кошти вважають найбільш ліквідними активами підприємства. Без їхнього неперервного циклічного руху неможливе функціонування жодного суб'єкта господарювання.
2	К.Р. Макконнелл, С.Л. Брю [9]	Гроші – це те, що гроші роблять. Усе, що виконує функції грошей, і є гроші.
3	П. Самуельсон [8]	Гроші – сучасний засіб обміну і стандартна одиниця, в якій виражені ціни й борги.
4	К. Маркс [12]	Гроші – це товар, який у процесі історичного розвитку товарного обміну стихійно виділився на роль загального еквіваленту в обміні товарів.
5	Л. Харріс [10]	Гроші – це будь-який товар, що функціонує як засіб обігу, лічильна одиниця й засіб збереження вартості.
6	Р. Барр [11]	Гроші можуть бути визначені як засіб обміну, загальноприйнятий у даному платіжному співтоваристві.
7	Дмитрів У.І. [3]	Грошові кошти є найбільш ліквідними активами та обмеженими ресурсами, й успіх діяльності підприємства проявляється в здатності їх раціонального розподілу та використання.
8	Колісник О.П., Замогильна А.В. [4]	Сутність поняття «грошовий потік» розглядається враховуючи різні рівні управління. Багатоваріантність визначень усе ж таки залишає сутність незмінною. Так, грошові потоки підприємства – це рух коштів, який відбувається на підприємстві безперервно внаслідок його господарської діяльності, а грошовий потік – це рух коштів, надходження та витрачання, у процесі проведення господарської діяльності за певний проміжок часу.
9	Подмешальська Ю.В., Троян О.В., Ковалик М.Д. [5]	Грошові кошти є найбільш ліквідною категорією активів, які впливають на показники платоспроможності суб'єкта господарювання.
10	Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Ткач Д.Ю. [2]	Грошовий потік, що створюється у процесі господарської діяльності організації, характеризує собою рух грошових коштів за певний звітний період та відбувається за конкретні проміжки часу, тобто розподілений у часі, що характеризується надходженнями або відтоком грошових коштів.
11	Попович О.В., Матківська Т.Я. [6]	Грошовий потік – це показник, пов'язаний із надходженням чи витрачанням грошових ресурсів підприємства, що виникає в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.
12	Черненко К.В. [7]	Грошові потоки підприємства – це складне явище, яке тісно влилося в загальну фінансову систему підприємства і є невід'ємною його частиною.

З огляду вищезазначене, доцільно зауважити, що у світовій економічній теорії існує декілька принципово різних підходів до визначення сутності грошей.

Підходи авторів здебільшого є функціональними, оскільки поняття «гроші» трактується, з огляду на їх функціональну форми, проте за цих обставин не роз-

глядається їх глибша основа [1-7].

Значно інший підхід у визначенні досліджуваного поняття запропонував К. Маркс. Такий підхід можна назвати логіко-історичним, оскільки вчений-економіст найбільш послідовно та усвідомлено охарактеризував гроші та зазначив, що базою для визначення сутності грошей є вивчення їхньої логіки та їх історичного розвитку [12].

Отже, проаналізувавши підходи до визначення економічної сутності поняття «грошові кошти», можна простежити багатоаспектність та багатогранність поняття. Автори по-різному трактують досліджуване поняття, з тієї чи іншої сторони, проте всі

дефініції мають право на існування, збагачуючи наукові надбання нашої держави, зокрема, та світу, загалом.

Наступним етапом дослідження є визначення ключових ознак грошей, як об'єкта фінансового управління господарською діяльністю суб'єкта господарювання, до яких доцільно віднести такі, як: дискретність, статичність, визначеність у часі та просторі, динамічність.

У процесі проведеного аналізу ключових ознак та характеристик грошових коштів, отримані результати узагальнено та продемонстровано на рис. 1.

Ключові ознаки та характеристики грошових коштів в основних аспектах господарської діяльності

Рис. 1. Ключові ознаки та характеристики грошових коштів в основних аспектах господарської діяльності [5]

Отже, оскільки гроші виникли внаслідок розвитку обміну товарів і є однією зі сторін обміну, то можна дійти висновку, що гроші самі є товаром, але товаром особливим, таким, який служить загальним еквівалентом вартості, її представником [8-12].

Грошові кошти – найліквідніші активи підприємства, що включають готівку в касі, кошти на рахунках у банках, електронні гроші, депозити до запитання та кошти в дорозі, від яких залежить перспектива досягнення поточних фінансових цілей і які гарантують платоспроможність, фінансову стійкість та ліквідність підприємства [1, 5]. Класифікацію грошових коштів представлено у табл. 2.

Вважаємо за доцільне відокремити трактування грошового потоку, яке виходить із сучасної концепції: грошові потоки підприємства – це економічний процес надходження і витрачання грошових коштів у готівковій та безготівковій формі, що генеруються у процесі господарської діяльності підприємства, розподіляються в часі та просторі відповідно до виробничої необхідності з метою забезпечення платоспроможності й ефективності діяльності [4]. Характеризуючи грошовий потік, необхідно зазначити наступне: грошовий потік – це: процес, що відбувається у зв'язку із

виконанням договірних зобов'язань між суб'єктами господарської діяльності; процес, пов'язаний з усіма стадіями руху капіталу підприємства; процес, що характеризує використання підприємством позикового капіталу; процес, що характеризує оборотність майна підприємства; процес, що забезпечує генерацію економічного ефекту; процес, що показує форми та обсяги функціонування підприємства; процес врахування чинників часу, ризику, ліквідності [4].

Класифікація грошових коштів має важливе стратегічне значення. Критичний аналіз теоретичних джерел та практичної діяльності надали можливість побудувати раціональну класифікацію грошових коштів за такими ознаками: за формою розрахунку; за видами валюти; за місцем зберігання; за формою існування; за джерелами надходження; за формою; за сферою обігу та за оцінкою у часі [4].

Врахування вищезазначеної класифікації грошових коштів сприяє системності їх аналізу, плануванню та контролю, має виключно важливе значення для аналізу фінансового стану суб'єкта господарювання, проведення інвентаризації та забезпечення належного відображення грошових коштів у системі рахунків бухгалтерського обліку.

Таблиця 2

Класифікація грошових коштів [складено на основі [4]]

Класифікаційна ознака	Вид грошових коштів
За формою розрахунку	Готівкові
	Безготівкові
За видами валюти	Національні
	Іноземні
За сферою обігу	Зовнішні
	Внутрішні
За місцем зберігання	У касі
	На поточному рахунку в банку
	У дорозі
За джерелами надходження	Власні
	Запозичені
	Позикові
	Паперові
За формою існування	Банківські
	Електронні
	Банкноти
За формою	Монети
	Векселі
	Чеки
	Поточні
За оцінкою в часі	Майбутні

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи вищезазначене, маємо можливість зробити наступні висновки:

- гроші виникли внаслідок розвитку обміну товарів;
- гроші є однією зі сторін обміну;
- гроші це – загальний еквівалент вартості;
- грошові кошти – ліквідні активи суб'єкта господарювання, що включають готівку в касі, кошти на рахунках у банках, кошти у дорозі, електронні гроші, депозити й таке інше, від яких залежить фінансовий потенціал суб'єкта господарювання, перспектива досягнення фінансових цілей будь-якого порядку і які гарантують платоспроможність, фінансову стійкість та ліквідність суб'єкта господарювання;

- грошові потоки – це економічний процес надходження і витрачання грошових коштів у готівковій та безготівковій формі, що генеруються у процесі господарської діяльності суб'єкта господарювання, розподіляються відповідно виробничої необхідності у часі та просторі з метою забезпечення платоспроможності й високого рівня ефективності господарської діяльності.

Так, критичний аналіз сутності та класифікації грошових коштів у процесі організації та проведення господарської діяльності, довів, що вивчення питання сутності грошових коштів, їх кваліфікаційних ознак є не лише актуальним і необхідним, а потребує подальших досліджень.

Список використаних джерел

1. Бондаренко О.М., Матківська Т.Я. Аудит грошових коштів: організація проведення, проблеми та вдосконалення. *Економіка. Фінанси. Право*. 2020. № 4/2. С. 6-9.

2. Гайдаржийська О.М., Костюнік О.В., Ткач Д.Ю. Особливості аналізу, обліку й аудиту грошових коштів. *Причорноморські економічні студії*. 2018. № 33. С. 238-242.

3. Дмитрів У.І. Грошові кошти – запорука розвитку підприємства. *Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали VIII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів (Тернопіль, 27-28 листопада 2019 р.)*. Тернопіль, 2019. С. 118.

4. Колісник О.П., Замогильна А.В. Грошові потоки: сутність, класифікація та їх оптимізація в процесі управління. *Modern Economics*. 2018. № 10. С. 60-65.

5. Подмешальська Ю.В., Троян О.В., Ковалик М.Д. Удосконалення методики аудиту операцій із грошовими коштами в касі підприємств. *Економіка та держава*. 2019. № 1. С. 114-121.

6. Попович О.В., Матківська Т.Я. Тлумачення поняття «грошові потоки» та їх класифікація. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. № 5. С. 23-27.

7. Черненко К. В. Організація обліку грошових коштів за умов застосування бухгалтерських продуктів. *Авіація, промисловість, суспільство: матеріали I Міжнар. наук.-практ. Конференція (Кременчук, 14 травня 2020 р.)*. Кременчук, 2020. С. 204-205.

8. Самуельсон П. *Економіка*. 1993. С. 231.

9. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. *Економіка. Принципи, проблеми і політика*. М.: Республика. 1992. С. 264.

10. Харрис Л. *Денежная теория*. М.: Прогресс. 1990. С. 75.

11. Барр Р. *Политическая экономия. Международные отношения*. 1995. С. 281.

12. Маркс К., Энгельс Ф. *Произведения*. 1859. С. 101-146.

References

1. Bondarenko O.M., Matkivska T.Ya. Cash audit: organization, problems and improvements. *Economics. Finances. Law*. 2020. № 4/2. pp. 6-9 (in Ukrainian).

2. Haidarzhyska O.M., Kostyunik O.V., Tkach D.Yu. Features of analysis, accounting and audit of cash. *Black Sea economic studies*. 2018. № 33. pp. 238-242 (in Ukrainian).
3. Dmytriv U.I. Cash – the key to enterprise development. *Actual problems of modern technologies*: Proceedings of the VIII International Scientific and Technical Conference of Young Scientists and Students. Ternopil, 27-28 of November, 2019. P. 118 (in Ukrainian).
4. Kolisnyk O.P., Zamohylna A.V. Cash flows: essence, classification and their optimization in the management process. *Modern Economics*. 2018. № 10. pp. 60-65 (in Ukrainian).
5. Podmeshalska Yu.V., Troian O.V., Kovalyk M.D. Improving the methodology of audit of cash transactions in the cashier of enterprises. *Economy and state*. 2019. № 1. pp. 114-121 (in Ukrainian).
6. Popovych O.V., Matkivska T.Ya. Interpretation of the concept of «cash flows» and their classification. *Economics. Finances. Law*. 2019. № 5. pp. 23-27 (in Ukrainian).
7. Chernenko K.V. Organization of cash accounting under the conditions of application of accounting products. *Aviation, industry, society*: materials of the I International scientific-practical conference, Kremenchuk, 14 of May, 2020 (in Ukrainian).
8. Samuelson P. *Economy*. 1993. p. 231 (in Russian).
9. Makkonell K.R., Briu S.L. *Economy. Principles, concerns and policies*. Moscow: Respublika. 1992. p. 264 (in Russian).
10. Harris L. *Monetary theory*. Moscow: Progress. 1990. P. 75 (in Russian).
11. Barr R. *Political Economy. International relationships*. 1995. P. 281 (in Russian).
12. Marks K., Enhels. F. *Works*. 1859. pp. 101-146 (in Russian).

НЕЧИПОРУК
Наталія Віталіївна
nechyporuk@ukr.net

УДК [657:330:34]

СТРАТЕГІЧНИЙ УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК У СИСТЕМІ
ІНФОРМАЦІЙНОГО ПРОСТОРУ ПІДПРИЄМСТВА

STRATEGIC MANAGEMENT ACCOUNTING IN THE SYSTEM OF
INFORMATION SPACE OF THE ENTERPRISE

к.е.н., зав. кафедри,
Відкритий міжнародний
університет розвитку
людини "Україна"

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).4](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).4)

NECHYPORUK Nataliia – PhD in Economics, Head of department, Open International University of Human Development "Ukraine"

У статті розглянуто особливості формування стратегічного управлінського обліку як обліково-аналітичного забезпечення прийняття стратегічних управлінських рішень. Метою статті є визначення ролі стратегічного управлінського обліку в інформаційному просторі підприємства. Здійснено експертний аналіз під час опитування двох груп респондентів (керівники та стейкхолдери) про існуючу систему стратегічного управлінського обліку як інформаційної платформи торговельних підприємств. Проаналізовано складові функції управління: стратегічний аналіз, стратегічний моніторинг, стратегічний контроль. Визначено перспективи подальших досліджень: вибір методів та інструментів стратегічного управлінського обліку в системі управління торговельним підприємством.

* * *

The paper deals with the peculiarities of the formation of strategic management accounting as accounting and analytical support for adopting strategic managerial decisions. The change in economic realities naturally requires the introduction of modern management technologies that it is impossible without the development of relevant accounting and analytical provision, including focusing, processing and submission of accounting and analytical information to adopt strategic decisions. The purpose of the paper is to determine the role of strategic management accounting in the enterprise information space. The problems of the functioning of strategic management accounting in Ukrainian enterprises are determined: the delimitation of analytical and accounting functions, a one-sided vision of the problem of the methodology of strategic management accounting only as a set of accounting procedures, beyond the connection with analytical functions leads to a decrease in the effectiveness of strategic management accounting and separation from intra-production management. Expert analysis is carried out in questioning two groups of respondents (managers and stakeholders) on an existing system of strategic management accounting as an information platform of trading enterprises. The results of the study confirm that in most such companies, there is a lack of or insatiable use of strategic management accounting as an information platform for strategic management. The development of a strategic approach in accounting practice determines the expansion of the accounting, analytical and control instrument for the formation of information when making strategic management decisions. The components of the management function are analyzed: strategic analysis, strategic monitoring, strategic control. The prospects for further research are determined: the choice of methods and tools for strategic management accounting in the management system of a trading enterprise, especially for the needs of strategic analysis, strategic monitoring and control.

Ключові слова: стратегічний управлінський облік, інформаційна платформа, стейкхолдери, обліково-аналітичне забезпечення

Keywords: strategic management accounting, information platform, stakeholders, accounting and analytical support

ВСТУП

Структурні зрушення в ринковій економіці України в умовах турбулентних змін потребує надання повної, достовірної та релевантної інформації для кожного суб'єкта господарювання. Запровадження сучасних управлінських технологій на підприємствах можливе тільки у разі формування якісного обліково-аналітичного забезпечення прийняття ефективних управлінських рішень, у використанні всіх елементів обліку, що зорієнтовано на стратегічні потреби підприємства, особливо на збір, обробку та подання обліково-аналітичної інформації.

Інформація, отримана у стратегічному управлінському обліку як підсистемі бухгалтерського обліку, є головним аспектом подолання асиметрії інформації на всіх рівнях користувачів. Водночас ці користувачі як зацікавлені особи (стейкхолдери) мають різні вимоги до змісту облікової інформації. Тому роль стратегічного управлінського обліку, як основи інформаційної платформи прийняття управлінських рішень, що по-

в'язані зі стратегічними цілями та завданнями бізнесу, набуває актуальності в умовах невизначеності.

Контент-аналіз наукових джерел показав, що немає єдиної думки щодо місця стратегічного управлінського обліку в системі управління підприємством. Так, Т. Шматковська та О. Мачулка узагальнили існуючі концепції щодо місця та ролі стратегічного управлінського обліку в інформаційному забезпеченні прибуткового функціонування суб'єктів господарювання з урахуванням зовнішніх чинників в умовах нестабільного макроекономічного середовища [7]. Т. Гайдучок та О. Дмитренко розглянули теоретико-методичні аспекти формування та використання збалансованої системи показників як ключової структури стратегічного управлінського обліку підприємств [1]. Н. Радіонова охарактеризувала основні етапи впровадження системи стратегічного управлінського обліку на підприємстві [5]. С. Кузнецова та І. Тиханська розглянули основні проблеми розвитку методу калькулювання витрат за етапами життєвого циклу в системі стратегічного управлінського обліку, обґрунтували

доцільність впровадження такого методу калькулювання витрат на українських підприємствах [2].

Відаючи належне науковому доробку та практичній значущості отриманих результатів науковців, необхідно зазначити, що певне коло завдань побудови системи стратегічного управлінського обліку в інформаційному просторі підприємства залишаються розробленим недостатньо. Особливо питання, що пов'язані із запровадженням стратегічного управлінського обліку в практичній діяльності вітчизняних підприємств відповідно до вимог та потреб стейкхолдерів.

МЕТА статті – визначення ролі стратегічного управлінського обліку в інформаційному просторі підприємства.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet. Також використано метод експертної оцінки – анкетне опитування респондентів.

Рис. 1. Результати досліджень з функціонування інформаційної підтримки стратегічного управління в торговельних компаніях [авторське дослідження]

Більш детальний аналіз коментарів двох груп респондентів («не здійснюється зовсім», «здійснюється не в повному обсязі») доводив визначати основні проблеми, що виникають під час запровадження на підприємстві стратегічного управлінського обліку, а саме: розмежування аналітичних і облікових функцій, однобічне бачення проблеми методології як набору облікових процедур. Менеджери не пов'язують стратегічний управлінський облік за аналітичними функціями обліку, що унеможливує його взаємозв'язок з іншими підфункціями стратегічного управління, особливо, зі стратегічним аналізом, стратегічним моніторингом, стратегічним контролем.

На підтвердження цього висновку визначено значущість окремих напрямів функціонування стратегічного управлінського обліку з позиції акціонерів (власників, індивідуальних власників акцій, очікуваних інвесторів – стейкхолдери), менеджерів (фахівців, які мають безпосереднє відношення до процесу формування та прийняття стратегічних управлінських рішень). У процесі опитування проранжовано ці напрями за шкалою від 1 до 10, де 10 є найбільш значущі.

Узагальнені результати за двома групами респондентів наведено на рис. 2.

Загальним висновком є те, що дві групи респон-

РЕЗУЛЬТАТИ

З метою отримання результатів щодо практичної значущості інформації стратегічного управлінського обліку в прийнятті управлінських рішень проведено дослідження в 30 торговельних компаніях України у 2020 р.

На першому етапі було з'ясовано зміст стратегічного управлінського обліку (СУО) серед менеджерів компаній та ступінь запровадження системи СУО. Водночас для респондентів розроблено лінгвістичну шкалу за трьома рівнями запровадження стратегічного управлінського обліку як інформаційної підтримки стратегічного управління: «не здійснюється зовсім», «здійснюється не в повному обсязі», «здійснюється в повному обсязі». За результатами аналізу, відповіді респондентів мають такі значення: «не здійснюється зовсім» – 15 %, «здійснюється не в повному обсязі» – 76 %, «здійснюється в повному обсязі» – 9 % (рис. 1).

дентів погоджуються з гіпотезою, що стратегічний управлінський облік є інформаційною платформою у прийнятті управлінських рішень стратегічного характеру. Однак для кожної окремої групи існує різний пріоритет основного призначення стратегічного управлінського обліку в інформаційному просторі підприємства.

Компетенцією менеджерів підприємства є формування та прийняття управлінських рішень. Тому для них має значення здатність стратегічного управлінського обліку забезпечити якісною інформацією проведення стратегічного аналізу, планування та контроль. Відповідно до рис. 2 найбільший ранг визначення основних напрямів функціонування стратегічного управлінського обліку представляють показники: 1, 2, 4, 8.

Для акціонерів, зовнішніх та внутрішніх, відповідно до рис. 2, найбільший ранг визначення основних напрямів функціонування стратегічного управлінського обліку представляють показники: 1, 2, 3, 9. Два останніх показника орієнтовані на виявлення основних тенденцій макросередовища, його потенційного впливу на результати діяльності й конкурентні позиції компанії.

кодування 1-10: 1 – інформаційне забезпечення стратегічного управління інформацією про бізнес-середовище; 2 – інформаційне забезпечення стратегічного управління інформацією для планування стратегії компанії; 3 – інформаційне забезпечення стратегічного контролю; 4 – інформаційне забезпечення поточного моніторингу стану мікросередовища; 5 – інформаційне забезпечення раціонального та ефективного використання ресурсів; 6 – здійснення прогнозування рівня показників результативності та ефективності діяльності компанії загалом, а також у розрізі стратегічних бізнес-одиниць на певну перспективу; 7 – мінімізація ризиків, пов'язаних із недостовірною інформацією; 8 – інформаційне забезпечення ідентифікації проблем стратегічного розвитку компанії; 9 – здійснення аналізу способів зменшення витрат; 10 – інші напрями.

Рис. 2. Розподіл показників визначення основних напрямів функціонування стратегічного управлінського обліку

ВИСНОВКИ

За результатами аналізу значущості інформації стратегічного управлінського обліку у прийнятті управлінських рішень у досліджуваних компаніях, тільки у 9% компаніях ефективно існує система СУО. Водночас для двох груп респондентів (менеджери та акціонери) найбільш суттєвими показниками визначення основних напрямів функціонування стратегічного управлінського обліку є показники, що пов'язані зі стратегічним аналізом, моніторингом та контролем макро- та мікросередовища компанії.

Необхідно відмітити, що стратегічний аналіз показників внутрішнього середовища доцільно здійснювати як за центрами відповідальності (структурні підрозділи), так і топ-менеджментом. Стратегічний моніторинг і контроль інтегрує в собі контроль збалансованих показників центрів відповідальності й показників стратегічних бюджетів у формі відхилень у розрізі причин.

Перспективами подальших досліджень є вибір методів та інструментів стратегічного управлінського обліку у системі управління торговельним підприємством, особливо для стратегічного аналізу, стратегічного моніторингу та контролю.

Список використаних джерел

1. Гайдучок Т.С., Дмитренко О.М. Використання збалансованої системи показників у стратегічному управлінському обліку підприємств. *Наукові горизонти*. 2018. № 11. С. 46–55.
2. Кузнецова С.О., Тиханська І.О. Калькулювання витрат за етапами життєвого циклу продукту в системі стратегічного управлінського обліку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2016. № 2(1). С. 62–68.
3. Ліба Н.С. Стратегічний управлінський облік інноваційної діяльності. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси*. 2012. № 9(2). С. 272–279.
4. Мазаракі А.А., Фоміна О.В. Інструментарій управлінського обліку. *Економічний часопис-XXI*. 2016. № 159. С. 48–52.

5. Радіонова Н.Й. Методологічні засади організації стратегічного управлінського обліку на підприємствах. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2016. № 3. С. 57–64.

6. Скрипник М.С. Організація стратегічного обліку в умовах інноваційної діяльності. *Економіка й суспільство*. 2016. № 3. С. 542–548.

7. Шматковська Т., Мачулка О. Концептуальні засади стратегічного управлінського обліку. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. № 4. С. 243–254.

8. Шмигель О.С. Організація стратегічного управлінського обліку на підприємствах. *Інноваційна економіка*. 2019. № 3–4. С. 163–167.

References

1. Haiduchok T.S., Dmytrenko O.M. Use of a balanced scorecard in strategic management accounting of enterprises. *Scientific Horizons*. 2018. № 11. pp. 46–55. (in Ukrainian).
2. Kuznetsova S.O., Tykhanska I.O. Calculation of costs by stages of the product life cycle in the system of strategic management accounting. *Bulletin of Khmelnytskyi national university. Series: Economic science*. 2016. № 2(1). pp. 62–68. (in Ukrainian).
3. Liba N.S. Strategic Management Accounting for Innovation. *Economic sciences. Series: Accounting and Finance*. 2012. № 9(2). pp. 272–279. (in Ukrainian).
4. Mazaraki A.A., Fomina O.V. Tools for management accounting. *Economic annals-XXI*. 2016. № 159. pp. 48–52. (in Ukrainian).
5. Radionova N.Y. Methodological foundations for strategic management accounting at enterprise level. *Scientific Bulletin of the National Academy of Statistics, Accounting and Audit*. 2016. № 3. pp. 57–64. (in Ukrainian).
6. Skrypnyk M.Ye. Organization of strategic accounting in the conditions of innovation activity. *Economics and society*. 2016. № 3. pp. 542–548. (in Ukrainian).
7. Shmatkovska T., Machulka O. Conceptual framework of the strategic management accounting. *Scientific bulletin Odesa national economic university*. № 4. pp. 243–254. (in Ukrainian).
8. Shmyhel O.Ye. Organization of strategic management accounting at the enterprises. *Innovative Economy*. 2019. № 3–4. pp. 163–167. (in Ukrainian).

СИТЕНЬКА

Олександра Сергіївна
shyrshuk13@gmail.com

УДК 347.9

ПРЕДСТАВНИЦТВО У СУДІ У
ЦИВІЛЬНИХ СПРАВАХ АДВОКАТОМ ЯК
ПРЕДСТАВНИКОМREPRESENTATION IN COURT IN CIVIL
CASES BY LAWYER AS A
REPRESENTATIVEстудентка, Інститут
прокуратури та кримінальної
юстиції Національного
юридичного університету
ім. Я. МудрогоDOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2021.4\(3\).5](https://doi.org/10.37634/efp.2021.4(3).5)

МАКАРЧУК

Юлія Володимирівна
makarchukula34@gmail.comстудентка, Інститут
прокуратури та кримінальної
юстиції Національного
юридичного університету
ім. Я. Мудрого

SYTENKA Oleksandra – student, Institute of Prosecutor's Office and Criminal Justice of Yaroslav Mudryi National Law University

MAKARCHUK Yulia – student, Institute of Prosecutor's Office and Criminal Justice of Yaroslav Mudryi National Law University

Стаття присвячена дослідженню форми надання правової допомоги адвокатом через представництво. Розглянуто правові аспекти понять права допомога й представництво, а також види правових послуг. У статті значну увагу приділено представництву в суді у цивільних справах саме адвокатом як представником. З'ясовано, що на сьогодні представником, який надає правову допомогу, може бути лише адвокат. Проаналізовано інформацію та зазначено, що це пов'язано із внесеними змінами до законодавства, які мали на меті модернізувати та вдосконалити інститут представництва в Україні.

* * *

Introduction. The authors note that despite significant changes in the institution of representation, there are many problems in practice, so its research and modernization are relevant now. The right to protection is one of the constitutional human rights.

The purpose of the paper is to study the institution of representation by a lawyer in civil proceedings and to clarify the problems that may arise in practice.

Results. This paper is devoted to the study of the form of legal assistance by a lawyer through representation. The paper considers the legal aspects of the concept of legal assistance, representation, as well as types of legal services. It should be noted that the paper pays considerable attention to the representation in court in civil cases by a lawyer as a representative. The authors have determined that at present only a lawyer can be a representative who provides legal assistance. Analyzing the information, it has been found out that this is related to the amendments made to the legislation, which aimed at modernization and improvement of the institute of representation in Ukraine.

The paper considers different opinions on the concentration of the exercise of the functions of legal assistance by lawyers. It is concluded, that the professional representation is necessary for implementation of the human right to adequate legal assistance. It should be noted that the possibilities of further improvement of the institute of representation through legislative proposals were considered.

Conclusion. The authors concluded that the institution of representation has undergone positive changes. In practice, there are some contradictions, so this issue needs further improvement.

Ключові слова: представництво, права допомога, адвокат, представник, цивільне судочинство

Keywords: representation, legal assistance, lawyer, representative, civil proceedings

ВСТУП

Вважаємо, що актуальність дослідження обумовлена значною роллю інституту представництва у забезпеченні реалізації конституційного права на судовий захист та отримання правової допомоги під час розгляду і вирішення цивільних справ у суді. Слід зазначити, що становлення судової системи в нашій країні та ефективність правосуддя в цивільних справах залежать від вдосконалення правового регулювання окремих інститутів цивільного судочинства та вирішення у сукупності проблемних питань, які існують під час дослідження сучасної процесуальної науки та судової практики. Одним із таких інститутів є процесуальне представництво, проблемам якого приділяли свою увагу такі вчені, як: С.С. Бичкова, Ю.В. Білоусов, М.В. Шпак, Т.Б. Вільчик, В.В. Комаров, Г.О. Світлична, В.О. Святоцькою та ін. Крім того, у контексті змін, що відбулися в правовому регулюванні даного інституту, його подальше дослідження все ще набирає свою актуальність та практичну зна-

чущість.

МЕТА роботи – дослідження правового закріплення інституту представництва, а також з'ясування ролі та місця адвоката в реалізації ним своїх професійних прав та обов'язків у процесі здійснення представництва адвокатом як професійним представником сторін у цивільному судочинстві.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Під час написання наукової роботи використано такі загальнонаукові методи як: системний аналіз, аналіз та синтез, дедукції; та спеціальні методи, такі як: порівняльно-правовий, формально-логічний; та інші методи наукового пізнання.

РЕЗУЛЬТАТИ

З метою створення розвинутої правової держави, у якій гарантувалося б право на захист прав та інтересів кожного громадянина, було розроблено та вдосконалено інститут правового представництва адвоката, зокрема й у цивільному судочинстві. Так, у ст. 59

Конституції України (далі КУ) закріплено, що кожен має право на правову допомогу і є вільним у виборі захисника своїх прав [1]. Слід зазначити, що саме так в Основному Законі нашої країни визначено важливість та необхідність для кожної особи права на правову допомогу, яка й забезпечила спрямування свого впливу на реалізацію та захист прав, свобод та інтересів людини і громадянина в Україні. Гарантування на рівні Конституції України можливості отримання належної правової допомоги в результаті здійснення судочинства органами судової влади викликає постійний пошук законодавцем оптимальної моделі та належних форм реалізації вищезазначеного конституційного положення [2].

Слід зазначити, що, окрім КУ, інші нормативно-правові акти закріпили важливість даного інституту, зокрема у Законі України «Про судоустрій і статус суддів» від 02.06.2016 р., а саме у ст.10 зазначено, що будь-яка особа має право на отримання професійної правової допомоги, а також наголошено, що це завдання відноситься саме до обов'язків адвокатури [3].

Так, Закон України «Про безоплатну правову допомогу» у п. 3 ч. 1 ст. 1 дає визначення поняття правової допомоги, у якому зазначено, що це забезпечення надання правової послуги, що спрямовує свої сили на забезпечення реалізації прав, свобод та інтересів людини і громадянина, їх захист та відновлення у випадку порушення [4]. Під терміном «правові послуги» розуміється надання певної правової інформації, проведення консультацій і роз'яснень із правових питань; складання процесуальних документів, що несуть правовий характер; реалізація представництва прав та інтересів особи у судах, здійснення захисту особи від обвинувачення; надання особі правової допомоги в реалізації права на безперешкодний доступ до медіації та вторинної допомоги [5, с. 212–213].

Слід зазначити, що саме з цього змісту поняття правової допомоги можна зробити такі висновки, а саме: 1) інститут цивільного процесуального представництва виступає тим засобом, який допомагає реалізувати право особи та громадянина на правову допомогу при захисті суб'єктивних цивільних прав і охоронюваних законом інтересів у здійсненні судочинства з цивільних справ органами судової влади; 2) закріплення на конституційному рівні надання професійної правової допомоги виключно за участі адвокатів [2, с. 7–31].

Розглядаючи поняття та види представництва в цивільному процесі, слід наголосити на тому, що з урахуванням прийняття Закону України «Про внесення змін до Конституції України (щодо правосуддя)» від 02.06.2016 р. [6], а також із набранням чинності нової редакції (2017 р.) Цивільного процесуального кодексу України (далі ЦПК) нормативне закріплення цього інституту зазнало чималих змін [7].

Так, із прийняттям Закону України «Про внесення змін до Конституції України (щодо правосуддя)» від 02.06.2016 р. [6] зазнали суттєвих змін деякі аспекти в Конституції України, а саме: 1) стосовно правової діяльності адвокатів в Україні; 2) розвиток та функціонування інституту адвокатури загалом. Це пояснюється тим, що в результаті надання правової допомоги необхідно враховувати правила, що визначені у

даному Законі, та забезпечити фактичну концентрацію виключних повноважень адвокатури на ринку надання професійної правової допомоги в Україні. Прийняття таких змін законодавцем було обумовлено тим, що інші особи, які не є адвокатами, тобто не мають посвідчення на виконання своїх професійних обов'язків та не мають необхідних знань у сфері юриспруденції, не можуть ефективно здійснювати представництво особи в суді та надати професійну правову допомогу. Вважаємо, що на підставі прийняття даного закону, законодавцем було запроваджено новий вид представництва, а саме – професійне.

Також законодавцем було впроваджено оновлений підхід до категорії представників, відповідно до якого вони тепер не належать до загального кола учасників цивільної справи. Таким чином у 2017 р. у змісті гл. 4 розд. I ЦПК України з'явився новий параграф 2 «Представник» [7]. У контексті конституційних змін стосовно виключного представництва адвокатами і прокурорами інтересів осіб у судах вищенаведені зміни у змісті ЦПК є повністю послідовними та логічними. Крім того, віднесення представників до окремої групи суб'єктів, відображає особливу значущість вказаного кола осіб, які покликані надавати якісну професійну правничу допомогу, зокрема й у цивільних справах.

У цьому параграфі варто також звернути увагу на ч. 1 ст. 58 Цивільного процесуального кодексу України, яка зазначає, що сторони або/та треті особи, а також особи, що за законом мають право звертатися до суду в інтересах інших осіб, можуть брати участь у судовому процесі особисто (самопредставництво) та/або через представника. Крім того вказано, що особі надається право вибору: приймати участь у справі через самостійно (само представництво) або за допомогою представника. У ч. 2 ст. 58 ЦПК зазначається, що самостійна участь особи у справі не означає відсутність у неї права мати в цій же справі особистого представника [7].

Вважаємо, що таке правове закріплення надає можливість особі, яка через недостатнє володіння знаннями у галузі матеріального і процесуального права або через недостатній обсяг цивільної процесуальної правосуб'єктності як елементу цивільної процесуальної правосуб'єктності, може звернутися до спеціального кола суб'єктів – процесуальних представників, які, маючи належну кваліфікацію та знання, зможуть належним способом представити інтереси цієї особи під час розгляду й вирішення цивільної справи в органах судової влади, що зі свого боку надає особі можливість реалізувати своє право на професійну правову допомогу та на неупереджене, кваліфіковане та справедливе судочинство.

Проте, не зважаючи на докорінні зміни в інституті представництва, думки вчених, стосовно надання правової допомоги через професійних представників, а саме адвокатів – різняться. Так, наприклад, О.В. Трояновський вбачає у такому представництві надання саме «професійної» правової допомоги, а також можливість для ефективного вдосконалення реалізації та захисту прав, обов'язків та інтересів суб'єктів права [8, с. 75]. Слід зазначити, М.В. Шпак у своїй монографії не розділяє позиції О.В. Трояновського. Науковець зазначає, що не можна говорити, що у всіх

випадках надання правової допомоги у формі представництва характеризується дійсно високим рівнем ефективності. Оскільки навіть якщо представництво здійснюється професійною особою, у судовій практиці нерідко можна побачити випадки непрофесійної та неякісної правової допомоги, яка надавалася адвокатами як процесуальними представниками з цивільних справ [7, с. 48].

Також цікавою є думка С.С. Бичкова й Г.В. Чурпіта. Слід зазначити, що в результаті дослідження питань, що стосуються саме концентрації в окремих представницьких повноважень адвокатури у цивільному процесі, вчені наголошують на важливості саме можливості допуску до представництва в цивільних справах не лише адвокатів, а й інших осіб, які відповідають встановленим у законі вимогам. Крім того, на захист своєї думки С.С. Бичкова стверджує, що особа, яка потребує захисту своїх порушених, невизнаних чи оспорюваних матеріальних прав, свобод та приватно-правових інтересів, має сама обирати, кому довіряти здійснювати її представництво в цивільній справі не залежно від того, чи є в неї адвокатське посвідчення, чи ні [2, с. 37].

Ми так само погоджуємось із думкою М.В. Шпака. У своїй монографії вчений зазначає, як уже було сказано раніше, що надання професійної правової допомоги не завжди гарантує ефективний захист реалізації й захисту прав та обов'язків суб'єктів права. Тим не менш, М.В. Шпак не заперечує необхідність існування інституту представництва як засобу, який допомагає реалізувати право особи та громадянина на правову допомогу. В аспекті випадків непрофесійної та неякісної правової допомоги, яка інколи надається адвокатами як процесуальними представниками по цивільних справах вчений пропонує не залишати поза уваги питання законодавчих ініціатив із вдосконалення законодавства України з питань регламентації професійного представництва адвоката в різних видах судочинства, зокрема у цивільному процесі. Так, наприклад, у законопроекті № 1794–1 від 04.02.2015 р. викладені законодавчі пропозиції, згідно з якими пропонувалося закріпити на нормативному рівні принцип професіоналізму адвокатської діяльності [2, с. 67]. На жаль, даний законопроект було відкликано у 2019 р.

Теоретичне та практичне значення у дослідженні участі адвоката в цивільному судочинстві має визначення підстав надання ним правової допомоги у формі представництва інтересів особи в суді [9, с. 102]. Відповідно до ст. 26 Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» закріплено, що адвокатська діяльність реалізується за допомогою договору про надання правової допомоги. Ця стаття також зазначає, що документами, які забезпечують посвідчення про можливість адвоката надавати правову допомогу також є: 1) договір про надання правової допомоги; 2) довіреність; 3) ордер; 4) доручення органу (установи), уповноваженого законом на надання безоплатної правової допомоги [10].

Треба зазначити, що сам договір про надання правової допомоги повинен укладатися у письмовій формі, крім випадків, які передбачені в даному законі. Даний договір зазвичай укладається на користь клієнта іншою особою, яка виступає та діє в його інтересах. Під

час укладення даного договору слід пам'ятати, що він не має суперечити Основному Закону України, законам, присязі адвокатів України та правилам їхньої етики [9, с. 102].

Стосовно підтвердження права адвоката на представництво особи в суді на практиці виникають певні проблеми. Не зважаючи на те, що у ст. 62 ЦПК чітко встановлено, що повноваження адвоката як представника підтверджуються довіреністю або ордером, деякі судді вважають, що цих документів недостатньо для представництва у суді, а також вказують на необхідність зазначення в них «обов'язкових» реквізитів, які, варто зазначити, не передбачені ні Положенням про орден надання правової допомоги та порядок ведення реєстру орденів від 17.12.2012 р. № 36, ні жодним іншим законодавчим актом [11]. Для прикладу, наведемо висновок Верховного суду в справі № 826/14291/18, в якому суд відмовив у прийнятті касаційної скарги, посилаючись на те, що адвокат не мав права її підписувати через відсутність на зворотній стороні ордену вказівок щодо обмежень повноважень представника. В іншій справі Верховний суд вказав на відсутність в ордері даних про посвідчення адвоката, коли і яким органом було видано.

Ми вважаємо, що дані позиції Верховного суду є неправомірними, адже вони не цілком відповідають чинному законодавству. Проте такі рішення знижують рівень доступності до правосуддя, тому вражаємо, що законодавець повинен знайти компроміс і переглянути вимоги до адвоката як представника.

Також хотіли б зазначити, що різні галузі українського законодавства передбачають різні вимоги до підтвердження адвокатом права на представництво в суді. Тоді як цивільне, господарське та адміністративне судочинство вимагають на підтвердження лише довіреність чи ордер, кримінальне судочинство передбачає також свідоцтво про право на заняття адвокатською діяльністю (ст. 50 КПК), Закон України «Про виконавче провадження» вимагає також витяг із договору, в якому зазначаються повноваження адвоката як представника та зазначаються певні обмеження стосовно вчинення ним деяких процесуальних дій. На нашу думку, законодавцю необхідно запровадити єдиний, уніфікований підхід до регулювання даного питання, щоб зменшити ризики неправильного застосування судами норм права.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи викладене, хочемо зазначити, що на сьогодні інститут представництва зазнав значних змін. Дані зміни можна охарактеризувати як позитивні та ефективні, адже завдяки ним запроваджено новий підхід до категорії представників, відповідно до якого вони тепер не належать до загального кола учасників цивільної справи. Також ми з'ясували, що представником у суді в цивільних справах, який надає правову допомогу може бути лише адвокат. З приводу цього наразі не має одностайної позиції в науковій сфері з цього питання. Однак ми вважаємо, що завдяки подальшій зміні та модернізації Закону України «Про адвокатуру та адвокатську діяльність» ЦПК можна буде гармонізувати інститут представництва.

Список використаних джерел

1. Конституція України: Закон України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
2. Шпак М.В. Професійне представництво адвоката в цивільному процесі: монографія. Харків: Право, 2020. 224 с. URL: http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/17996/1/Shpak_2020.pdf
3. Про судоустрій і статус суддів: Закон України від 02.06.2016 № 1402–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19>
4. Про безоплатну правову допомогу: Закон України від 02.06.2011 р. № 3460–VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-17#Text>
5. Світличина Г.О. Представництво як форма надання правової допомоги в цивільному судочинстві *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Юриспруденція*. 2014. Том 1 № 10–1. С. 212–215. URL: http://vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc10-1/part_1/58.pdf
6. Про внесення змін до Конституції України (щодо правосуддя): Закон України від 02.06.2016 № 1401–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1401-19#Text>
7. Цивільний процесуальний кодекс України від 18.03.2004 р. № 1618–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15#Text>
8. Трояновский А.В. Вопросы ответственности из отношений коммерческого посредничества (представительства) в римском праве. *Підприємництво, господарство і право*. 2007. № 10. С. 75–78.
9. Світличина Г.О. Адвокат у цивільному судочинстві: процесуальне становище підстави та форми надання правової допомоги *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Юридичні науки*. 2016. Том 1 Випуск 2. С. 99–103.
10. Про адвокатуру та адвокатську діяльність: Закон України від 05.07.2012 № 5076–VI. Дата оновлення: 03.07.2020. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5076-17> (дата звернення: 03.03.2021).
11. Кучерук Н. Участь адвоката в судовому процесі: допустити не можна відмовити *Всеукраїнське щотижневє професійне юридичне видання*. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/sudova-praktika/uchast-advokata-v-sudovomu-procesi-dopustiti-ne-mozhna-vidmoviti.html>

vidmoviti.html

References

1. Constitution of Ukraine: from June 28, 1996. № 254k/96–VR URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (in Ukrainian).
2. Shpak M.V. Professional representation of a lawyer in civil proceedings. Kharkiv: Law, 2020. 224 p. URL: http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/17996/1/Shpak_2020.pdf (in Ukrainian)
3. On the judiciary and the status of judges: Law of Ukraine of 02.06.2016 № 1402–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1402-19> (in Ukrainian)
4. About free legal aid: Law of Ukraine of 02.06.2011. № 3460–VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3460-17#Text> (in Ukrainian)
5. Svitlychyna H.O. Representation as a form of legal aid in civil proceedings. *Scientific Bulletin of the International Humanities University*. 2014. Vol. 1. № 10–1. pp. 212–215.. URL: http://vestnik-pravo.mgu.od.ua/archive/juspradenc10-1/part_1/58.pdf (in Ukrainian).
6. On amendments to the Constitution of Ukraine (regarding justice): Law of Ukraine of 02.06.2016. № 1401–VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1401-19#Text> (in Ukrainian).
7. Civil Code of Ukraine dated 18.03.2004. № 1618–IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1618-15#Text> (in Ukrainian).
8. Troyanovskiy A.V. Liability issues from the relationship of commercial intermediation (representation) in Roman law. *Entrepreneurship, economy and law*. 2007. № 10. pp. 75–78. (in Russian).
9. Svitlychyna H.O. Attorney at the civil court: the procedural position of the representation and the formation of legal assistance. *Scientific Bulletin of Kherson State University*. 2016. Vol. 1. Issue 2. pp. 99–103. (in Ukrainian).
10. On the Advocatus and Advocacy: Law of Ukraine of 05.07.2012 № 5076–VI. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/5076-17> (in Ukrainian).
11. Kucheruk N. Lawyer's participation in the trial: it cannot be denied, *All-Ukrainian weekly professional legal publication*. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/sudova-praktika/uchast-advokata-v-sudovomu-procesi-dopustiti-ne-mozhna-vidmoviti.html>

Аудиторська фірма «Аналітик» пропонує аутсорсинг бухгалтерських послуг!

Аутсорсинг бухгалтерського обліку – це передача ведення бухгалтерського обліку сторонній фірмі.

Які ж переваги аутсорсингу бухгалтерських послуг?

1. Значна (!) економія коштів на ведення бухобліку:

- економія за бухгалтерські послуги, за які **Ви нам платитимете принаймні на 1000 гривень менше, ніж штатному бухгалтеру;**
- економія на програмне забезпечення (1С, Медок, Ліга Закон тощо);
- економія на утримання офісу, комп'ютерної техніки.

2. Відтепер податкові та інші інспекції – це наші проблеми!

Ми беремо на себе повну матеріальну відповідальність за якість наданих бухгалтерських послуг, включаючи можливі санкції.

3. З нами Ви можете забути про головний біль з постійними пошуками бухгалтера, який у будь-який час може піти від Вас на іншу роботу.

4. Ми не йдемо у відпустку та не беремо лікарняний. Наша фірма справді гарантує безперервне та якісне ведення бухгалтерського обліку.

І нарешті – з нами Ви не тільки отримаєте якісні бухгалтерські послуги. За додатковою домовленістю ми забезпечимо Вас необхідними податковими, юридичними консультаціями, аудиторськими послугами різного характеру.

Все що Вам потрібно – це:

- періодично передавати нам первинну бухгалтерську документацію;
- щомісячно отримувати від нас інформацію про податки та інші обов'язкові платежі;
- укласти із нами договір.

Зробіть вибір, вигідний для Вас!

(044)278-05-88

(097)178-90-89

(066)178-20-42

www.af-analitik.com.ua