

СЛАВА УКРАЇНІ! ГЕРОЯМ СЛАВА!



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ЕКОНОМІКА ФІНАНСИ ПРАВО

ЩОМІСЯЧНИЙ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНИЙ ЖУРНАЛ

№ 9/2'2022

(видається з 1994 року)

ISSN 2786-5517 (Online), ISSN 2409-1944 (Print)

[https://doi.org/10.37634/efp.2022.9\(2\)](https://doi.org/10.37634/efp.2022.9(2))

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 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.

2022 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 26.09.2022

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, внутрішнє і зовнішнє рецензування

Рекомендовано до друку та до поширення через мережу Інтернет Вченою радою Національної академії внутрішніх справ України (Протокол № 12 від 15 вересня



Суб'єкт видавничої справи

© "Аналітик", 2022
© "Економіка. Фінанси. Право",
2022

Типографія: ТОВ "Міжнародний бізнес центр"

GLORY TO UKRAINE! GLORY TO THE HEROES!



АНАЛІТИК
АУДИТОРСЬКА ФІРМА



ECONOMICS FINANCES LAW

MONTHLY INFORMATIONAL AND ANALYTICAL JOURNAL

№ 9/2'2022

(issued from 1994)

ISSN 2786-5517 (Online), ISSN 2409-1944 (Print)

[https://doi.org/10.37634/efp.2022.9\(2\)](https://doi.org/10.37634/efp.2022.9(2))

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 № 886 of July 02, 2020 (economic sciences).

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

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

Registration Certificate – KV № 21620-11520PR on 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 "Analytik" jointly with the National Academy of Internal Affairs of Ukraine

The papers 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 № 12 of September 15, 2022). 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 26.09.2022

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*

© "Analytik", 2022
© "Economics. Finances. Law",
2022

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» (Україна)

Шеф-редактор

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

Заступник головного редактора

Головач Тетяна Анатоліївна, д.е.н., професор, аудитор, заступник директора з наукової роботи Інституту аудиту (Україна)

Члени редакційної колегії з економічних наук:

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

Величко Олена Георгіївна, к.е.н., доцент кафедри міжнародних фінансів, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)

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

Криштопа Ірина Ігорівна, д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування, Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана (Україна)

Манцевич Юрій Миколайович, д.е.н., доцент, вчений секретар, Державне підприємство «Науково-дослідний і проектний інститут містобудування» (Україна)

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

Потишняк Олена Миколаївна, д.е.н., професор, професор кафедри організації виробництва, бізнесу та менеджменту, Харківський національний технічний університет сільського господарства імені Петра Василенка (Україна)

Сіскос Евангелос, д.е.н., професор, Університет Західної Македонії (Греція)

Ткаченко Сергій Анатолійович, д.е.н., професор, ректор, Вищий навчальний заклад "Міжнародний технологічний університет «Миколаївська політехніка»"; академік Академії економічних наук України (Україна)

Тринчук Віктор Вікторович, к.е.н., доцент, професор кафедри фінансових ринків, Університет державної фіскальної служби України (Україна)

Чижєвська Людмила Віталіївна, д.е.н., професор, професор кафедри інформаційних систем в управлінні та обліку, Державний університет «Житомирська політехніка» (Україна)

Члени редакційної колегії з правових наук:

Балгімбекова Гульнара, к.ю.н., зав. кафедри конституційного та міжнародного права, Карагандинський державний університет імені Е.А. Букетова (Казхстан)

Бригінець Олександр Олексійович, д.ю.н., професор, Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова; член Союзу юристів України (Україна)

Василинчук Віктор Іванович, д.ю.н., професор, професор кафедри оперативного-розшукової діяльності, Національна академія внутрішніх справ, Заслужений юрист України, полковник поліції (Україна)

Константинов Сергій Федорович, д.ю.н., професор, зав. кафедри адміністративної діяльності, Національна академія внутрішніх справ (Україна)

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 (Україна)

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

Фрицький Юрій Олегович, д.ю.н., професор, професор кафедри конституційного, адміністративного права та соціально-гуманітарних дисциплін, Інститут права та суспільних відносин Університету "Україна"; Заслужений юрист України. Член Центральної виборчої комісії (Україна)

Яровий Анатолій Олександрович, к.ю.н., доцент, професор кафедри права публічного адміністрування, Маріупольський державний університет; суддя у відставці (Україна)

Відповідальний редактор: Поповецька-Демченко Леся Петрівна (Україна)

Випусковий редактор: Туманян Анна Оганесівна (Україна)

Editors-in-chief

Valentyna P. Levchenko, Doctor of 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" (Ukraine)

Volodymyr V. Holovach, PhD in Legal Sciences, Head of the Board of the Audit Firm "Analitik"; Honored Lawyer of Ukraine (Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief

Tetiana A. Holovach, Doctor of Economics, Professor, auditor, deputy director for scientific work of the Institute of Audit (Ukraine)

Members of the editorial board of Economic Sciences:

Anton O. Boiko, PhD in Economics, Associate Professor of Economic Cybernetics department, Sumy State University (Ukraine)

Olena H. Velychko, PhD in Economics, Associate Professor of International Finances department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraine)

Anatoliy M. Herasymovych, Doctor of Economics, Professor, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraine)

Iryna I. Krystopa, Doctor of Economics, Professor, Professor of Accounting and Taxation department, Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman (Ukraine)

Yurii M. Mantsevych, Doctor of Economics, Associate Professor, Scientific Secretary, State Enterprise "Research and Design Institute of Urban Development" (Ukraine)

Yevheniia S. Poliukova, PhD in Economics, Associate Professor of Finances and Banking department, vice-rector for scientific and pedagogical work, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"» (Ukraine)

Olena M. Potyshniak, Doctor of Economics, Professor, Professor of the Organization of Production, Business and Management department, Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture (Ukraine)

Evangelos Siskos, Doctor of Economics, Professor, University of Western Macedonia (Greece)

Serhii A. Tkachenko, Doctor of Economics, Professor, Rector, Higher Educational Institution «International Technology University "Mykolaiv Polytechnic"»; academician of Academy of Economic Sciences of Ukraine (Ukraine)

Viktor V. Trynchuk, PhD in Economics, Associate Professor, Professor of Financial Markets department, University of the State Fiscal Service of Ukraine (Ukraine)

Liudmyla V. Chyzhevska, Doctor of Economics, Professor, Professor of Information Systems in Management and Accounting department, State University "Zhytomyr Polytechnic" (Ukraine)

Members of the editorial board of Legal Sciences:

Gulnara Balgimbekova, PhD in Legal Sciences, Head of the constitutional and international law department, Karagandy State University named after E.A. Buketov (Kazakhstan)

Oleksandr O. Bryhinets, Doctor of Legal Sciences, Professor, Leonid Yuzkov Khmelnytskyi University of Management and Law; member of the Union of Lawyers of Ukraine (Ukraine)

Viktor I. Vasylynchuk, Doctor of Legal Sciences, Professor, Professor of the Operational and Investigating department, National Academy of Internal Affairs; Honored Lawyer of Ukraine, colonel of the Police (Ukraine)

Serhii F. Konstantinov, Doctor of Legal Sciences, Professor, Head of the Administrative Activity department, National Academy of Internal Affairs (Ukraine)

Ihor V. Ozerskyi, Doctor of Legal Sciences, Professor, Professor of the Civil and Criminal Law and Process department, Petro Mohyla Black Sea National University; academician of the National Academy of Sciences of Higher Education of Ukraine (Ukraine)

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

Yurii O. Frytskyi, Doctor of Legal Sciences, Professor, Professor of the Constitutional, Administrative Law and Social and Humanitarian disciplines department, Law and Public Relations Institute of the "Ukraine" University; Honored Lawyer of Ukraine, member of the Central Election Commission (Ukraine)

Anatoliy O. Yarovyiy, PhD in Legal Sciences, Professor of Law and Public Administration department, Mariupol State University; retired judge (Ukraine)

Managing editor: Lesia P. Popovetska-Demchenko (Ukraine)

Issue Editor: Anna O. Tumanian (Ukraine)

ЗМІСТ

ЛУЦЕНКО І.С., ХОМУТЕНКО В.П., КОСТИН О.Ю. Методологічний інструментарій судово-експертної діяльності	5
ПЕТРИШИН Н.Я., ЯРЕМЧУК Т.С. Удосконалення технології розроблення та впровадження системи управління знаннями на підприємстві	10
ЗУБКО Т.Л. Моніторинг економічної безпеки підприємств торгівлі в умовах співпраці з міжнародним бізнесом	15
КОВТУНЕНКО К.В., ФОМІНА Н.М., ТВЕРДОХЛІБОВА А.В. Просування продукції як четвертий елемент комплексу маркетингу	21
ЧИРКОВА Ю.Л., ЗУЗАК О.В. Особливості функціонування осередків duty free та tax free в Україні та Європейському Союзі	25
ВОВК П.В. Специфіка процесуальної форми особливих проваджень в адміністративному судочинстві: на прикладі справ за зверненням податкових органів	31
ПЛЕЦЬКА С.Т., АНУФРІЄВА М.О. Формування конкурентної стратегії підприємства в умовах економіки знань: теоретичний підхід	37

CONTENTS

I. LUTSENKO, V. KHOMUTENKO, O. KOSTIN. Methodological toolkit of forensic expert activities	5
N. PETRYSHYN, T. YAREMCHUK. Improvement of technology of knowledge management system development and introduction at the enterprise	10
T. ZUBKO. Monitoring of the economic security of trading enterprises in conditions of cooperation with international business	15
K. KOVTUNENKO, N. FOMINA, A. TVERDOKHLIBOVA. Product promotion as the fourth element of the marketing complex	21
Y. CHYRKOVA, O. ZUZAK. Features of the functioning of duty free and tax free areas in Ukraine and the European Union	25
P. VOVK. The specificity of the procedural form of special proceedings in administrative proceedings: on the example of cases at the request of tax authorities	31
S. PILETSKA, M. ANUFRIIEVA. Formation of the competitive strategy of the enterprise in conditions of the knowledge economy: theoretical approach	37

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2022.9\(2\).1](https://doi.org/10.37634/efp.2022.9(2).1)
УДК 657.92

Ірина Сергіївна ЛУЦЕНКО

к.е.н., доцент, Одеський національний економічний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9613-4307>
e-mail: irina_finance2014@ukr.net

Віра Петрівна ХОМУТЕНКО

к.е.н., професор, незалежний судовий експерт
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7204-7209>

Олег Юрійович КОСТІН

к.ю.н., директор Одеського НДЕКЦ МВС України
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3151-1535>
e-mail: Odessandekc@ukr.net

МЕТОДОЛОГІЧНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ СУДОВО-ЕКСПЕРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджено методологічний інструментарій судово-експертної діяльності. Зазначено, що забезпечення результативності експертного забезпечення правосуддя обумовлює необхідність пошуку релевантних методологічних підходів, які об'єднують діалектично пов'язані між собою методи. Стисло охарактеризовано методологічні підходи (системний, пракселогічний, хронологічний, інформаційний) та доведено важливість використання кожного з них в процесі проведення експертного дослідження. Визначено методи, що застосовуються при вирішенні завдань окремих видів судових експертиз.

Ключові слова: методологічні підходи, методи дослідження, види судової експертизи, системний підхід, пракселогічний підхід, хронологічний підхід, інформаційний підхід

ВСТУП

Актуальними проблемами в українському суспільстві є високий рівень злочинності, за яким Україна станом на 2021 р. займала 54 місце у світі (зі 135). Крім того, найпоширенішими злочинами в Україні визнано крадіжку і грабіж. Так, за даними Глобального індексу організованої злочинності, за статтею «Крадіжка» у 2013 р. скоєно 242769 правопорушень, у 2014 р. – їхня кількість зменшилась до 226833, у 2015 р. – зросла до 273756, у 2016 р. – до 312172. Зменшення кількості правопорушень з крадіжок та грабежів, починаючи з 2017 р., має тенденцію до зменшення та у 2020 р. становило вже 138562.

Важливу роль у процесі досудового та судового розслідування правопорушень відіграє ефективне та результативне експертне забезпечення правосуддя. Проте воно неможливе без вдосконалення його методологічних засад, що здійснюється за рахунок інституційної модернізації системи експертного пізнання та впровадження в експертну практику методологічного інструментарію: інноваційних методів й засобів, методик проведення експертного дослідження.

Вагомий внесок у розвиток концептуальних основ методології та організації наукових досліджень зробили: Т.М. Білуха, О.Г. Данильян, О.П. Дзьобань, В.П. Бобилев, І.І. Іванов, В.М. Кислий, В.Д. Малигіна, Ю.С. Проїдак та ін. Питання теоретичних засад методології в межах судово-експертної діяльності знайшли своє відображення у низці праць вітчизняних вчених. М.Г. Щербаківський, зокрема, проаналізував комплекс методів дослідження теорії судових експертиз як наукової галузі [1, С. 139-140]. І.С. Добронравова, О.В. Руденко, Л.І. Сидоренко, Н.М. Цимбалюк, В.Л. Чуйко, Т.М. Білоус надають характеристику проблемам, що пов'язані з методологією та організацією науково-дослідницької

діяльності [2]. Сучасну класифікацію та характеристику методів експертного дослідження у своїх працях надають: П.Д. Біленчук, В. В. Ковальова, О.О. Шульга, Г.А. Стрілець [3], Е.Б. Сімакова-Єфремян [4]. Так, велика увага приділяється дослідженню методологічного інструментарію судово-експертної діяльності, що свідчить про його значущість та зумовлює необхідність продовження досліджень у цій царині.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Дослідження базується на працях вітчизняних і зарубіжних вчених, а також на матеріалах періодичних видань та монографій. Використано методи аналізу, синтезу, порівняння, пояснення, узагальнення тощо.

МЕТА статті – дослідити та визначити методологічний інструментарій судово-експертної діяльності.

РЕЗУЛЬТАТИ

Методологічними засадами судово-експертної діяльності є дослідницькі підходи, загальні теоретичні принципи наукового пізнання, система методів, певних технологій і встановлених правил (методик) виконання судової експертизи.

У найбільш загальному вигляді поняття дослідницького підходу тлумачиться як сукупність способів, прийомів розгляду чого-небудь, впливу на кого-небудь чи що-небудь, ставлення до кого-небудь або чого-небудь [5].

На думку А.А. Грицанова, підхід – це комплекс парадигматичних, синтегматичних і прагматичних структур та механізмів у пізнанні або практиці, який характеризує конкуруючі між собою (або ті, що історично змінюють один одного) стратегії та програми філософії, науки, політики або в організації життя та діяльності людей [6].

П.М. Рабінович визначає, що концептуальним під-

ходом можна вважати побудовану на гранично загальних (філософських) категоріях світоглядну аксіоматичну ідею (засаду), яка постулює загальну стратегію дослідження, відбір досліджуваних фактів та інтерпретацію результатів дослідження [7].

У процесі експертного дослідження здійснюється комплексне використання як методологічних підходів (системного, праксеологічного, хронологічного, інформаційного та інших підходів), які визначають саму стратегію дослідження, його загальну спрямованість, так і загальнонаукових та спеціальних методів.

Забезпечення результативності експертного забезпечення правосуддя обумовлює необхідність пошуку релевантних методологічних підходів, які об'єднують діалектично пов'язані між собою методи. Підходи є загальною методологією дослідження, тоді як методи є прикладними, такими, що дозволяють здійснити квантифікацію складних явищ і процесів.

Сутність системного підходу полягає у комплексному дослідженні складних об'єктів (систем), вивчення яких не обмежується особливостями їх складових елементів, а пов'язане насамперед з акцентуванням уваги дослідника на характер взаємодії між елементами. З позиції системного підходу можна розглянути будь-яку сферу [2]. Орієнтація на системний підхід найбільш виправдана тоді, коли судовою експертизою досліджуються сутність явища чи процесу, які розглядаються як певна система, яка є частиною системи більш широкого порядку, виконує в ній певні функції і пов'язана з нею різними зв'язками. На нашу думку, цей підхід у судовій експертизі є універсальним інструментом пізнавальної діяльності, незамінним у дослідженні складних динамічних цілісностей.

Методологічне значення праксеологічного підходу для судової експертології, на думку М.Г. Щербаковського, полягає в тому, що він орієнтує теорію судових експертиз на рішення її безпосередніх завдань як прикладної науки. Тільки практичні рекомендації, розроблені відповідно до принципів праксеології, дозволяють використовувати теоретично встановлені закономірності для побудови алгоритмів вирішення конкретних завдань у типових експертних ситуаціях.

Хронологічний (історичний) підхід дає змогу досліджувати розвиток процесів та подій у хронологічній послідовності. Цей підхід особливо часто використовується у судовій експертизі, у вивченні фактів, які належать до просторових, функціональних, структурних, динамічних і деяких інших характеристик процесу, а також особливостей об'єктів. Вивчення історичного досвіду, визначення етапів становлення й розвитку об'єкта дослідження від моменту виникнення до часу вивчення проблеми науковцем, значно збагачує наукове дослідження, підвищує рівень достовірності його результатів, вказує на компетентність та об'єктивність дослідника.

Застосування інформаційного підходу в судовій експертизі, полягає в тому, що у дослідженні будь-якого об'єкта, процесу чи явища насамперед виявляються найхарактерніші для нього інформаційні аспекти. Пізнавальні можливості інформаційного підходу полягають у тому, що предмет дослідження вивчається у контексті інформації, її численних виявів. Він передбачає використання пізнавальних можливостей інфор-

маційної теорії, методів, засобів, організаційних форм і технологій, вироблених інформатикою, для визначення специфічних рис предмета дослідження. Наприклад, визначаючи ринкову вартість об'єктів дослідження, судові експерти експертної спеціальності 12.1 «Визначення вартості машин, обладнання, сировини та споживчих товарів» згідно з вимогами Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» здійснюють маркетингове дослідження, і відповідно до Інструкції з організації проведення та оформлення експертних проваджень у підрозділах Експертної служби Міністерства внутрішніх справ України використовують дані Інтернет-мережі, а також аналогічних джерел електронної торгівлі («Ali-Express», «Бесплатка» тощо) [9]. Крім того, інформаційний підхід у судовій експертизі покладено в основу розроблення численних ефективних методів і методик, що дають змогу отримувати надійні результати у дослідженні різних об'єктів.

У судово-експертній діяльності методологічні підходи реалізуються за допомогою певних методів дослідження, які є способом, інструментом досягнення мети і завдань дослідження, який показує, як можна виконати дослідження і зробити на основі отриманих результатів обґрунтовані висновки й пропозиції [5].

Сутність методу наукового пізнання можна сформулювати дуже просто: це така процедура отримання знань, за допомогою якої їх можна відтворити, перевірити й передати іншим людям [10].

За ступенем узагальнення та сферою діяльності методи наукового пізнання поділяються на: загальнонаукові методи, які використовуються у теоретичних та емпіричних дослідженнях, і спеціальні методи, які є способом пізнання об'єктивної реальності.

На обрання методів дослідження значною мірою впливає предмет, завдання та об'єкти експертизи, а також ступінь ефективності конкретного методу, що виражається в його дієвості, умовній економічності, допустимості з погляду закону, рівня складності, можливості здійснення повторного дослідження, надійності, тривалості тощо [4].

Не всякі методи, що застосовуються в інших галузях діяльності, можуть бути рекомендовані для використання в експертній практиці. Важливою умовою застосування методу судової експертизи є максимальне збереження об'єктів дослідження і його ознак, відповідність кримінально-процесуальному законодавству й нормам етики, науковій обґрунтованості.

Ми погоджуємось з думкою П.Д. Біленчук, що рішення конкретного завдання й цілісність об'єкта пізнання неможливі з використанням якого-небудь одного методу і потребують від експерта застосування різних за характером й джерелом походження методів. Наявність численних методів судової експертизи припускає необхідність їхньої класифікації й систематизації [3]. Наведена у табл. 1 класифікація й систематизація методів судової експертизи не є вичерпною.

Аналіз експертної практики застосування методів дослідження надав змогу прийти до висновку, що сукупність методів дослідження об'єктів, явищ і процесів, процедура та послідовність їх застосування становить технологію якісного проведення судових експертиз.

Таблиця 1 – Методи, що застосовуються при вирішенні завдань окремих видів судових експертиз

[складено автором за даними: [11–20]]

Вид судової експертизи	Загальнонаукові методи	Спеціальні методи, що застосовуються при вирішенні завдань окремих видів судових експертиз
Автотоварознавча експертиза	Спостереження, порівняння, описування, вимірювання, моделювання, аналіз і синтез, дедукції та індукції, абстрагування й конкретизація, аналогія, аксіоматичний, органолептичний тощо	Методи визначення вартості колісного транспортного засобу (статистичного аналізу вартості транспортних засобів, підсумовування, мультиплікаторів, графоаналітичний, процентного показника ринкової вартості аналогічного КТЗ; методи визначення вартості відновлювального ремонту або матеріального збитку, заподіяного власнику пошкодженого КТЗ (калькуляція, аналітичний метод визначення норм трудомісткості ремонту транспортних засобів). Методи інструментального вимірювання і візуального спостереження за допомогою оптичних приладів.
Будівельно-технічна, оціночно-будівельна, земельно-технічна, оціночно-земельна експертизи	Аналіз і синтез, спостереження, вимірювання, експерименту, моделювання тощо	Інструментальні, допоміжно-технічні (топографо-геодезичні зйомки місцевості), розрахунково-аналітичні, документальні, порівняльний підхід, оцінювання на основі співвідношення доходу і ціни продажу витратний підхід до оцінювання нерухомості, органолептичні, нормативний метод, метод прямої капіталізації, метод непрямої капіталізації, метод Інвуда, метод Ринга, метод Хоскольда, метод пов'язаних інвестицій тощо.
Економічна експертиза	Діалектичні методи пізнання, аналіз і синтез, дедукція і індукція, абстрагування і конкретизація, аналогія, моделювання тощо	Метод документальної перевірки (нормативно-правова перевірка, формальна, арифметична, хронологічна, зустрічна, взаємна, аналітична і логічна перевірка звітності, перевірка кількісно-сумового обліку), зіставлення даних документів, розрахунково-аналітичні методи (економічний аналіз, економіко-математичні методи) тощо.
Товарознавча експертиза	Аналіз і синтез, дедукція і індукція, абстрагування і конкретизація, аналогія	Органолептичний, вимірювальний, реєстраційний, розрахунковий (дохідний, порівняльний та витратний метод оцінювання майна, метод прямого калькулювання), експертний тощо.
Інженерно-транспортна експертиза	Спостереження, вимірювання, експеримент, моделювання, порівняння, опис, фотографування; аналіз, синтез, індукція, дедукція, аналогія, абстрагування, конкретизація	Візуальні, експериментальні, трасологічні, металографічні, інструментальні методи, математичні методи розрахунку і статистики, методи визначення довжини гальмівного шляху автомобіля в автотехнічній експертизі, метод відшукування знищеної інформації в комп'ютерно-технічній експертизі, експрес-діагностики тощо.
Криміналістична експертиза (звуко-та відеозапису; молекулярно-генетична; компютерно-технічна та програмно-технічна; авторознавча; почеркознавча; техніко-криміналістична тощо)	Діалектичні методи пізнання, аналіз і синтез, дедукція і індукція, абстрагування і конкретизація, аналогія, моделювання тощо	Аудитивний аналіз голосу і мовлення; лінгвістичний аналіз мовлення; інструментальний акустичний аналіз фонограм; метод генотипоскопії; ДНК-аналіз, тобто дослідження мікрослідів на клітинному рівні; метод дослідження мітохондріальної ДНК; фізичні, хімічні та інші методи досліджень з використанням спеціальних приладів; магнітооптичний метод, метод магнітної дефектоскопії, метод мікроштрихів, крапельний метод; метод візуального дослідження, технічно-діагностичний метод, метод дослідження програмного забезпечення; лінгвістичні, почеркознавчі методи, методи порівняльного аналізу тощо.
Експертиза у сфері інтелектуальної власності	Формально-логічні методи пізнання: аналіз і синтез, порівняння, узагальнення, дедукція і індукція; евристичний метод; моделювання	Метод непрямої капіталізації (дисконтування грошового потоку) та метод прямої капіталізації доходу, метод роялті; електроакустичний метод; методи аналізу сигналів (аудитивний, осцилографічний та спектральний методи); методи цифрового дослідження відео зображень; метод застосування цифрової фотографії.

ВИСНОВКИ

Отже, для проведення всебічного, повного та об'єктивного експертного дослідження важливим є використання ефективного методологічного інструментарію із застосуванням різноманітних методів дослідження,

які доповнюють один одного та необхідні для достовірної відповіді судового експерта на поставлені йому питання та забезпечення всебічності та достовірності висновків.

Список використаних джерел

1. Щербаківський М.Г. Методологія дослідження феномена судових експертиз. *Вісник Луганського державного університету внутрішніх справ ім. Е.О. Дідоренка*. 2016. № 3 (75). С. 133–142.
2. Методологія та організація наукових досліджень / І.С. Добронравова та ін. Київ, 2018. 607 с. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Methodol.pdf>
3. Біленчук П.Д., Ковальова В.В., Шульга О.О., Стрілець Г.А. Сучасна класифікація методів судової

експертизи. *Криміналістика і судебна експертиза*. 2013. Вип. 58(2). С. 118-123. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/krise_2013_58\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/krise_2013_58(2)_24)

4. Сімакова-Єфремян Е.Б. До питання про методи та методики експертних досліджень. *Сучасні проблеми розвитку судової експертизи*: зб. матер. засідання "круглого столу", присвяченого 10-річчю створення Севастопольського відділення Харківського науково-дослідного інституту судових експертиз ім. М.С. Бокаріуса (Севастополь, 10–11 черв. 2010 р.). Харків, 2010. С. 31–33.

5. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.У. Бусел. Київ, 2004. 1035 с.

6. Грицанов А.А. Всемирная энциклопедия: Философия. М., 2001. 1312 с.

7. Рабинович П.М. Наука філософії права: до характеристики предмета й методології. *Проблеми філософії права*. 2003. Т. 1. С. 22-26.

8. Хитра І.О. Традиційні та інноваційні підходи до наукових досліджень. Міжнародна науково-практична конференція (Луцьк, 10 квітня 2020 р.). Луцьк, 2020. С.76-77. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua>

9. Заяць Р.Я. Методологія та організація криміналістичного забезпечення боротьби зі злочинністю. *Криміналістичний вісник*. 2022. № 1 (37). С. 7-16. URL: <https://visnyk.dnдек.мvs.gov.ua>

10. Данильян О.Г., Дзьобань О.П. Методологія наукових досліджень. Харків, 2019. 368 с.

11. Методика товарознавчої експертизи та оцінки колісних транспортних засобів: затв. наказом Міністерства юстиції України, Фонду державного майна України від 24.11.2003 № 142/5/2092. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1074-03#Text>

12. Методика встановлення фактичних обсягів та вартості виконаних будівельних робіт за звітною документацією / Р.Й. Кучеренко та ін. Харків, 2012. 76 с.

13. Методика проведення судових будівельно-технічних та дорожньо-технічних експертиз з визначення видів будівництва. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

14. Методичні рекомендації щодо проведення судових будівельно-технічних експертиз з визначення категорії приміщень з залежності від функціонального призначення. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

15. Методика «Методи, способи та прийоми, які використовуються при проведенні судово-економічних експертиз», реєстраційний код 11.0.08.. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

16. Методика «Визначення вартості майна», реєстраційний код 12.1.15. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

17. Методика експертного дослідження електронних пристроїв транспортних з метою визначення параметрів їх руху, реєстраційний код 10.0.16. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

18. Методика визначення швидкості руху транспортних засобів під час зіткнення з урахуванням їх деформації та руйнування, реєстраційний код 10.1.01. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/>

19. Горбач-Кудря І.А. Експертиза звуко- та відеозапису: поняття, завдання та методи дослідження. Сучасні криміналістичні експертизи в розслідуванні злочинів: матеріали кругл. столу: (м. Київ, 25 лютого 2015). Київ, 2015. 143 с.

20. Національний стандарт № 4 «Оцінка майнових прав інтелектуальної власності»: Постанова Кабінету Міністрів України від 03.10.2007 р. № 1185 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-п#Text>

21. Методика оцінки майнових прав інтелектуальної власності: затв. наказом Фонду державного майна України від 25 червня 2008 р. № 740. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0726-08#Text>

22. Методика дослідження інформації на цифрових носіях, реєстраційний код 10.9.07. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua>

References

1. Shcherbakovskyi M.H. Methodology of the study of the phenomenon of forensic examinations. *Bulletin of the Luhansk State University of Internal Affairs named after E.O. Didorenko*. 2016. No. 3 (75). pp. 133–142. (in Ukrainian).

2. Methodology and organization of scientific research / I.S. Dobronravova et al. Kyiv, 2018. 607 p. URL: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Methodol.pdf> (in Ukrainian).

3. Bilenchuk P.D., Kovalova V.V., Shulha O.O., Strelets H.A. Modern classification of methods of forensic examination. *Forensics and forensic examination*. 2013. Issue 58(2). pp. 118-123. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/krise_2013_58\(2\)_24](http://nbuv.gov.ua/UJRN/krise_2013_58(2)_24) (in Ukrainian).

4. Simakova-Efremian E.B. To the question of methods and techniques of expert research. *Modern problems of the development of forensic expertise*: collection of the materials of the "round table" dedicated to the 10th anniversary of the establishment of the Sevastopol branch of the Kharkiv Research Institute of Forensic Expertise named after M.S. Bokarius (Sevastopol, June 10–11, 2010). Kharkiv, 2010. pp. 31–33. (in Ukrainian).

5. A large explanatory dictionary of the modern Ukrainian language / ed. V.U. Busel. Kyiv, 2004. 1035 p. (in Ukrainian).

6. Hrytsanov A.A. World encyclopedia: Philosophy. Moscow, 2001. 1312 p. (in Russian).

7. Rabinovich P.M. The science of the philosophy of law: to the characteristics of the subject and methodology. *Problems of the philosophy of law*. 2003. Vol. 1. pp. 22-26 (in Ukrainian).

8. Khytra I.O. Traditional and innovative approaches to scientific research. International scientific and practical conference (Lutsk, April 10, 2020). Lutsk, 2020. pp.76-77. URL: <https://ojs.ukrlogos.in.ua> (in Ukrainian).

9. Zaiats R.Ya. Methodology and organization of forensic support for fighting crime. *Forensic Herald*. 2022. No. 1 (37). pp. 7-16. URL: <https://visnyk.dnдек.мvs.gov.ua> (in Ukrainian).

10. Danylian O.H., Dzoban O.P. Methodology of scientific research. Kharkiv, 2019. 368 p. (in Ukrainian).

11. Methodology of commodity examination and evaluation of wheeled vehicles: approved. by order of the Ministry of Justice of Ukraine, the State Property Fund of Ukraine dated November 24, 2003 No. 142/5/2092. (in Ukrainian).

12. The method of determining the actual volumes and cost of the completed construction works according to the reporting documentation / R.Y. Kucherenko et al. Kharkiv, 2012. 76 p. (in Ukrainian).

13. Methodology of conducting judicial construction-technical and road-technical examinations for the determination of types of construction. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/> (in Ukrainian).

14. Methodological recommendations for conducting forensic construction and technical examinations to determine the category of premises depending on the functional purpose. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/> (in Ukrainian).

15. Methodology "Methods, ways and techniques used in conducting forensic economic examinations", registration code 11.0.08. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/> (in Ukrainian).

16. Methodology "Determination of property value", registration code 12.1.15. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/> (in Ukrainian).

17. Methodology of expert research of electronic transport devices for the purpose of determining their movement parameters, registration code 10.0.16. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua/> (in Ukrainian).

18. The method of determining the speed of movement of vehicles during a collision taking into account their deformation and destruction, registration code 10.1.01. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua> (in Ukrainian).

19. Horbach-Kudria I. A. Expertise of sound and video recording: concepts, tasks and methods of research. *Modern forensic expertise in the investigation of crimes: materials circular. table*: (Kyiv, February 25, 2015). Kyiv, 2015. 143 p. (in Ukrainian).

20. National Standard No. 4 "Evaluation of intellectual property rights": Decree of the Cabinet of Ministers of Ukraine dated October 3, 2007 No. 1185. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1185-2007-п#Text> (in Ukrainian).

21. Methodology for evaluating intellectual property rights: Order of the State Property Fund of Ukraine dated June 25, 2008 No. 740. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0726-08#Text> (in Ukrainian).

22. Methodology of information research on digital media, registration code 10.9.07. URL: <http://rmpse.minjust.gov.ua> (in Ukrainian).

Iryna LUTSENKO

PhD in Economics, Associate Professor, Odesa National Economic University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9613-4307>

e-mail: irina_finance2014@ukr.net

Vira KHOMUTENKO

PhD in Economics, Professor, independent forensic expert

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7204-7209>

Oleh KOSTIN

PhD in Legal Sciences, Director of Odesa Scientific Research Forensic Center of the MIA (Ministry of Internal Affairs) of Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3151-1535>

e-mail: Odessandekc@ukr.net

METHODOLOGICAL TOOLKIT OF FORENSIC EXPERT ACTIVITIES

Introduction. *Effective and efficient expert provision of justice plays an important role in the process of pre-trial and judicial investigation of offenses. However, it is impossible without improving its methodological foundations, which is carried out due to the institutional modernization of the system of expert knowledge and the introduction of methodological tools into expert practice: innovative methods and tools, methods of conducting expert research.*

The purpose of the paper is to investigate and define the methodological toolkit of forensic expert activity.

Results. *It is noted that ensuring the effectiveness of expert provision of justice necessitates the search for relevant methodological approaches that combine dialectically related methods. Methodological approaches (systemic, praxeological, chronological, informational) are briefly characterized and the importance of using each of them in the process of expert research is proven. It is noted that the systematic approach in forensic examination is a universal tool of cognitive activity, irreplaceable in the study of complex dynamic entities. The praxeological approach to forensic expertise allows you to use theoretically established regularities to build algorithms for solving specific tasks in typical expert situations. The chronological (historical) approach makes it possible to study the development of processes and events in chronological order. The informational approach in forensic examination is the basis for the development of numerous effective methods and techniques that make it possible to obtain reliable results during the study of various objects. It was established that the application of the information approach in forensic examination consists in the fact that when examining any object, process or phenomenon, first of all, the most characteristic informational aspects for it are revealed. The methods used in solving the tasks of certain types of forensic examinations are defined.*

Conclusion. *In order to conduct a comprehensive, complete and objective expert investigation, it is important to use an effective methodological toolkit with the use of various research methods that complement each other and are necessary for the forensic expert to provide a reliable answer to the questions put to him and to ensure the comprehensiveness and reliability of the conclusions.*

Keywords: *methodological approaches, research methods, types of forensic examination, systemic approach, praxeological approach, chronological approach, informational approach*

Наталія Ярославівна **ПЕТРИШИН**

к.е.н., доцент, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-1778>

e-mail: natalia.y.petryshyn@lpnu.ua

Тетяна Сергіївна **ЯРЕМЧУК**

студентка, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6366-2667>

e-mail: tetiana.yaremchuk.mntem.2021@lpnu.ua

УДОСКОНАЛЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ РОЗРОБЛЕННЯ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗНАННЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті досліджено визначення поняття «управління знаннями», цілі та завдання управління знаннями на підприємстві. Проаналізовано систему управління знаннями підприємства та ключові її елементи. З метою організування на підприємстві ефективної системи управління знаннями запропоновано рекомендовану технологію розроблення та впровадження системи управління знаннями підприємства. Ефективне застосування на підприємстві системи управління знаннями дозволить значно знизити ризики ведення бізнесу, покращити швидкість та якість прийняття управлінських рішень, дозволить покращити інноваційну активність підприємства і підвищити його конкурентоспроможність.

Ключові слова: управління знаннями, система управління знаннями, стратегії управління знаннями, інструментарій управління знаннями, вітчизняні підприємства

ВСТУП

Сьогодні управління знаннями є важливим складником побудови ефективної стратегії діяльності будь-якого підприємства. Ефективне застосування на підприємстві системи управління знаннями знижує ризики ведення бізнесу, покращує швидкість і якість прийняття рішень, сприяє інноваційній активності й веде до підвищення конкурентоспроможності підприємства. Застосовуючи ефективну систему управління знаннями, підприємство може досягти суттєвої економії ресурсів, якої важко досягти застосовуючи виключно традиційні моделі та методи управління.

Дослідженню та вивченню теорії управління знаннями присвячено низку робіт вітчизняних та зарубіжних науковців і фахівців-практиків. Загальні аспекти менеджменту знань є предметом дослідження: І. Нонаки, Г. Такеучі, Є. Брукінга, П. Сенге, Д. Скірме, Р. Руглеса, В. Буковіча, Т. Стюарта, Е. Свейбі, В. Приймака, Р. Уільямса та ін.

Завдання та цілі управління знаннями на підприємстві досліджують В.Ц. Міхалевський, В.В. Міхалевська-Жмуцька, Я.М. Стоказ [1]. Фактори, що впливають на ефективне впровадження на підприємстві управління знаннями вивчають О.В. Сорока [2], Н.Я. Петришин [3; 4]. П. Олійник розглядає технології і моделі управління знаннями [5].

Процес розроблення системи управління знаннями на підприємстві у загальному вигляді висвітлено в наукових дослідженнях О.В. Сороки [2], Я. Добровінської та Н. Ситника. Зміст організування системи управління знаннями та її основні складники розглянуто детально у праці М.М. Новікової та М.В. Боровик [6].

Загалом у дослідженнях системи управління знаннями підприємства недостатньо чітко висвітлено власне процес розроблення та впровадження на підприємстві системи управління знаннями, що зумовлює актуальність подальшого дослідження даної тематики та

надання рекомендацій стосовно технології розроблення та впровадження на підприємстві ефективної та дієвої системи управління знаннями.

МЕТА роботи полягає у дослідженні та аналізуванні системи управління знаннями підприємства і формуванні рекомендацій з розроблення ефективної технології впровадження на підприємстві системи управління знаннями.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Для досягнення поставленої мети у роботі використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження: аналіз та синтез (у дослідженні основних положень системи управління знаннями підприємства); порівняння (в аналізуванні стратегій управління знаннями підприємства); графічний метод (в оформленні основних результатів роботи); узагальнення (в узагальненні результатів дослідження) тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

На сьогодні управління знаннями є важливим складником побудови ефективної стратегії розвитку діяльності будь-якого підприємства. Теоретичні аспекти управління знаннями підприємства були і залишаються предметом дослідження багатьох науковців та фахівців. Центральне місце в цих дослідженнях посідає система управління знаннями – система, яка містить інформацію про те, як найкраще здобувати і формувати нові знання, як найкраще їх нагромаджувати; як управляти отриманими знаннями таким чином, щоб підвищувати результативність діяльності і досягати поставлених тактичних і стратегічних цілей, мінімізуючи водночас вплив різних загроз або зовсім їх уникаючи.

Сьогодні літературні джерела пропонують найрізноманітніші визначення поняття «управління знаннями». В. Буковіч та Р. Уільямс говорять про те, що «менеджмент управління знаннями – це процес, за допо-

могою якого організація нагромаджує багатство, опираючись на свої інтелектуальні чи засновані на знаннях організаційні активи» [7]. Водночас Скірме твердить, що «управління знаннями – це чітко окреслене і систематичне управління важливими для організації знаннями і пов'язаними з ними процесами управління, збирання, організування, застосування і експлуатації з метою досягнення встановлених цілей організації» [8]. Згідно з Р. Руглесом поняття «управління знаннями»

можна охарактеризувати як «підхід до збільшення або створення цінності шляхом активнішої підтримки досвіду, пов'язаного з ноу-хау та знаннями, які існують у межах організації та поза нею» [8].

Структуру управління знаннями підприємства можна поділити на три рівні: корпоративний (стратегічний), функціональний (поточний та оперативний) і особистий [1, с. 153]. У табл. 1 за рівнями відображено цілі та завдання управління знаннями підприємства.

Таблиця 1 – Цілі та завдання управління знаннями підприємства (складено авторами на основі [1, с. 154])

Організаційні рівні та цілі	Корпоративний	Функціональний	Особистий
Корпоративний (стратегічний)	Бізнес орієнтований на створення, поширення та використання наявної бази знань підприємства	Планування, розроблення і реалізація продукції, основою якої є нові унікальні знання	Формування на підприємстві культури, яка буде мотивувати працівників навчатися і саморозвиватися
Функціональний (поточний і оперативний)	Об'єднання системи знань з експертними та консультативними мережами	Реалізація політики управління знаннями підприємства, проведення аудиту наявних знань, розроблення системи обліку і зберігання знань	Створення сприятливих умов для поширення знань та обміну ними, супровід НДДКР
Особистий	Надання доступу працівникам до корпоративної бази знань	Залучення працівників до процесу управління знаннями, супровід освітніх програм	Розвиток знань співробітників через організаційне навчання

Комплексне поєднання та узгоджене управління знаннями на всіх трьох рівнях дає можливість підвищити ефективність системи управління підприємством загалом. Здатність формувати і використовувати унікальні знання, створюючи та розвиваючи нові компетентності, сьогодні, в умовах інформаційного суспільства, – один із найбільш важливих факторів виживання підприємства.

У загальному вигляді можна виділити наступні ключові складники системи управління знаннями підприємства: людина (генерує унікальні знання, які стають цінністю для підприємства); процеси (дають можливість здобути новий досвід та застосувати на практиці вже накопичений); технології (дозволяють швидко і якісно зберігати, передавати та захищати потрібну інформацію).

Систему управління знаннями підприємства можна розглядати і у більш розгорнутому вигляді (рис. 1).

Об'єктами знань у системі управління знаннями підприємства виступають процеси, що відбуваються на підприємстві, учасники цих процесів, ресурси, що застосовуються, моделі організування виробництва та технології. Суб'єктами знань на підприємстві є складники знань та користувачі знань.

Головною ціллю управління знаннями підприємства є цілеспрямоване створення, накопичення та використання організаційних знань з метою підвищення ефективності його діяльності, конкурентоспроможності на ринку, а також для досягнення визначених тактичних і стратегічних цілей. Підприємство, що запроваджує систему управління знаннями, зазвичай, намагається досягти таких цілей: збільшення продуктивності, розкриття талантів та потенціалу персоналу, обмін досвідом, отримання конкурентних переваг, вдосконалення та інтеграція, розвиток інновацій [4, с. 164].

Головними завданнями управління знаннями підприємства є: по-перше, використання наявних знань

підприємства з метою покращення ефективності та результативності його діяльності; по-друге, створення на основі отриманих знань нових, більш ефективних бізнес-процесів, нової продукції чи послуг.

Процеси управління знаннями на підприємстві передбачають діяльність, яка спрямована на отримання нових знань, організування та поширення знань. Підсистема отримання знань передбачає використання наявних на підприємстві джерел знань та їх адаптацію до існуючих потреб підприємства. Підсистема організування знань передбачає нагромадження знань, тобто інтеграцію різних джерел знань з метою формування своєрідного «сховища знань» або корпоративної пам'яті. Підсистема розповсюдження знань покликана забезпечити доступ працівників підприємства до корпоративної бази знань. Поширення знань здійснюється через різноманітні інформаційно-комунікаційні системи та програми.

До функцій управління знаннями підприємства можна віднести пошук джерел знань та їх освоєння, нагромадження знань, розповсюдження, запис і зберігання знань, створення і використання знань, навчання персоналу.

Підходів до управління знаннями підприємства на сьогодні є багато. Виділити варто системний, логістичний, пізнавальний та поведінковий підходи до управління знаннями підприємства [6]. Системний підхід полягає у тому, що знання досліджуються як комплекс взаємопов'язаних підсистем, що мають спільну мету. Логістичний підхід сприяє виявленню на підприємстві процесів передавання і засвоєння знань у формі потоків знань. Пізнавальний підхід до управління знаннями підприємства передбачає аналізування процесів виробництва і формування знань підприємства на індивідуальному рівні (наприклад, на рівні інтелектуальної діяльності). Поведінковий підхід полягає у наданні допомоги працівникові в усвідомленні власних навичок, здібностей та можливостей.

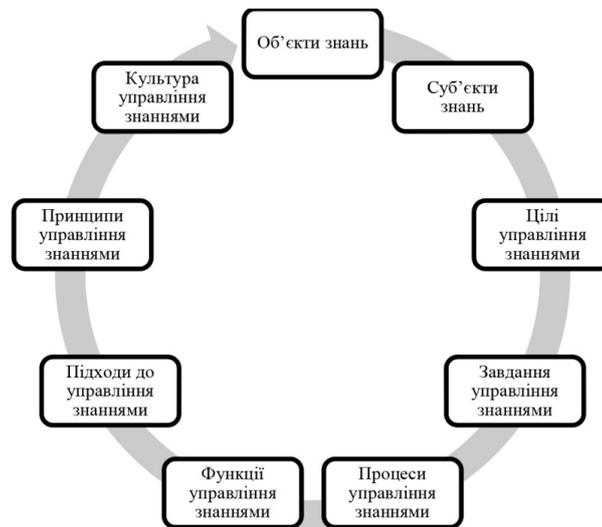


Рис. 1. Складники системи управління знаннями підприємства {складено авторами на основі [6]}

Основою управління знаннями підприємства є система багатьох принципів. До основних з них можна віднести принципи: системності, науковості, ситуативності, використання кількісних методів, використання психологічних факторів, демократичного централізму, повноважень і відповідальності [6]. Принцип системності управління знаннями полягає у взаємозалежності і взаємодії усіх складників системи управління знаннями. Принцип науковості має на увазі побудову системи управління знаннями підприємства на основі наукових рекомендацій. Принцип ситуативності передбачає встановлення впливу середовища функціонування на підприємство з метою забезпечення ефективності діяльності та прийняття управлінських рішень на основі аналізування всіх ситуативних факторів. Принцип розуміння і використання психологічних факторів передбачає створення сприятливих умов для реалізації потенціалу персоналу підприємства, а також для врегулювання міжособистісних конфліктів у колективі. Відповідно до принципу демократичного централізму від-

ділам підприємства і навіть окремим працівникам надається самостійність, водночас за керівництвом зберігаються функції координації. Принцип повноважень і відповідальності передбачає те, що кожен працівник має володіти певними повноваженнями, які будуть достатніми, щоб відповідати за вчасне і якісне виконання роботи.

Культура знань підприємства – це набір принципів, переконань, моделей поведінки працівників, які підтримують створення і вільне поширення знань. Культура знань загалом відображає рівень генерування ідей, інноваційності, рівень інформаційної відкритості підприємства, а також його готовність бути гнучким та змінюватися відповідно до вимог ринку.

Розроблення і впровадження системи управління знаннями на підприємстві загалом є тривалим та складним процесом. Рекомендована технологія розроблення і впровадження системи управління знаннями на підприємстві відображена на рис. 2.



Рис. 2. Технологія розроблення та впровадження системи управління знаннями підприємства [розроблено авторами]

На результати та ефективність розроблення і впровадження системи управління знаннями на підприємстві може впливати низка факторів, серед яких варто виділити: ресурсне забезпечення, розвиток інформаційних технологій та інфраструктури підприємства, рівень мотивації персоналу, лідерство, рівень кваліфікації персоналу та розвитку корпоративного навчання, організаційну структуру управління підприємством, корпоративну культуру, ефективність процесів збору та розповсюдження знань, наявність процесів оцінювання результатів менеджменту знань, чіткість стратегії розвитку підприємства та ін. [3, с. 5-6; 9, с. 66].

У формуванні системи управління знаннями підприємства дотримуються однієї з двох нижче наведених стратегій [3, с. 7]:

– стратегія, що передбачає визначення «місця», де будуть акумулюватися знання: «людина» (персонал підприємства) або «машина» (певна інформаційна система);

– стратегія, що передбачає визначення пріоритетного завдання управління знаннями: «генерування нових знань» або «акумулювання вже існуючих знань».

Орієнтація на персонал і активізацію людських ресурсів передбачає приєднання у систему управління знаннями не тільки завдань, пов'язаних з управлінням знаннями як особливим інформаційним об'єктом, але й завдань, що стосуються розвитку, залучення і утримання персоналу в організації.

Вибір «машинно-орієнтованої» стратегії, хоча і не виключає роботу з персоналом як джерелом і споживачем знань, зв'язує управління знаннями перш за все з підтримуючою інформаційною системою або комплексом спеціальних програмних засобів.

Розробляючи стратегію управління знаннями, підприємство може обрати бізнес-стратегію управління знаннями (у роботі використовуються лише «найкращі» знання), стратегію обміну знаннями (передбачає систематичне отримання, структурування, зберігання, використання знань для їх подальшого поширення та обміну), стратегію управління інтелектуальним капіталом (усі ресурси спрямовуються виключно на формування, підтримку і розвиток інтелектуальних активів підприємства) та стратегію формування знань (поглиблення і розвиток наявних знань, генерування принципово нових знань) [3, с. 7]. Реалізуються зазначені стратегії на підприємстві шляхом запровадження інформаційних систем (баз та сховищ даних, порталів знань, баз знань), створення та розвитку інтелектуального капіталу, розвитку персоналу (організаційне навчання, наставництво, сторітеллінг) тощо.

Список використаних джерел

1. Стоказ Я.М. Формування стратегічних знань промислового підприємства: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04. Харків, 2018. 239 с.
2. Сорока О.В. Управління знаннями в сучасних організаціях. *Сучасні проблеми та шляхи їх вирішення в науці, транспорті, виробництві та освіті*: збірник наукових праць SWorld. 2013. № 2. С. 20–27.
3. Петришин Н.Я., Яремчук Т.С. Особливості застосування управління знаннями для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Економіка. Фінанси. Право*. 2021. № 10/1. С. 5–8.
4. Петришин Н.Я., Яремчук Т.С. Чинники впливу на розвиток системи управління знаннями на підприємстві. *Сучасні теорія і практика менеджменту та бізнес-адміністрування*: збірник тез доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції. Черкаси, 2022. С. 164–165.
5. Олійник П.О. Управління знаннями як інструмент створення і використання нових знань в організації. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 20. С. 478–482.

Окремо варто розглянути взаємозв'язок між управлінням знаннями та використанням інформаційних технологій. Використання на підприємстві інформаційних технологій забезпечує доступ до потрібної інформації, прискорює обмін інформацією, збільшує обсяги інформації та покращує форму її подання. Сьогодні найбільш популярними технологіями, що можуть використовуватися у процесах управління знаннями є: бази та сховища даних, інформаційно-пошукові системи, електронна пошта, системи автоматизації, корпоративні портали знань, системи управління документообігом (електронний документообіг), програми обробки даних, Інтернет-сервіси, бази знань, експертні системи тощо [5, с. 479].

ВИСНОВКИ

Сьогодні, в епоху інформаційного суспільства та «інтелектуалізації» економіки, знання розглядаються як один з найважливіших активів і факторів формування цінності підприємства. Водночас важливо не просто створювати та накопичувати знання, але й продуктивно їх використовувати.

Система управління знаннями підприємства сьогодні займає центральне місце у дослідженнях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. З метою покращення на підприємстві процесу розроблення та впровадження системи управління знаннями у роботі запропоновано рекомендовану технологію розроблення та впровадження системи управління знаннями підприємства. Вона складається з 9-ти послідовних етапів, пріоритетними з яких є: визначення «вузьких місць» функціонування підприємства, аналізування наявних у підприємства знань, розроблення стратегії управління знаннями підприємства, створення на підприємстві органу, що буде відповідати за управління знаннями, а також розроблення інструментарію управління знаннями підприємства.

Застосування рекомендованої технології розроблення та впровадження системи управління знаннями дозволить підприємству чітко організувати систему управління знаннями і таким способом покращити ефективність діяльності та досягти економії ресурсів, якої неможливо досягти застосовуючи традиційні механізми управління. Ефективне застосування на підприємстві системи управління знаннями дозволить знизити ризики ведення бізнесу, покращить швидкість і якість прийняття рішень, сприятиме інноваційній активності і вестиме до підвищення конкурентоспроможності підприємства.

6. Новікова М.М., Боровик М.В. Організація системи управління знаннями в організаціях. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 7 (3). С. 134–137.
7. Томах В.В. Аналіз розвитку поняття «управління знаннями». *Бізнес Інформ*. 2011. № 11. С. 84–86.
8. Маркетинговий менеджмент / Л.В. Балабанова та ін. Донецьк, 1998. 146 с.
9. Мартиненко М.В. Розвиток системи організаційних знань: професійно-освітній аспект: монографія. Харків, 2016. 342 с.

References

1. Stokaz Ya.M. Formation of strategic knowledge of an industrial enterprise: diss. ... PhD in economic sciences: 08.00.04. Kharkiv, 2018. 239 p. (in Ukrainian).
2. Soroka O.V. Knowledge management in modern organizations. *Modern problems and ways to solve them in science, transport, production and education: collection of scientific papers SWorld*. 2013. № 2. pp. 20–27 (in Ukrainian).
3. Petryshyn N.Ya., Yaremchuk T.S. Features of the application of knowledge management to ensure the competitiveness of the enterprise. *Economics. Finances. Law*. 2021. № 10/1. pp. 5–8. (in Ukrainian).
4. Petryshyn N.Ya., Yaremchuk T.S. Factors influencing the development of the knowledge management system at the enterprise. *Modern theory and practice of management and business administration: theses of the VI Ukrainian Scientific and Practical Conference*. Cherkasy, 2022. pp. 164–165 (in Ukrainian).
5. Oliinyk P.O. Knowledge management as a tool for creating and using new knowledge in the organization. *Global and national problems of the economy*. № 20. pp. 478–482 (in Ukrainian).
6. Novikova M.M., Borovyk M.V. Organization of the knowledge management system in organizations. *Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economic Sciences*. 2014. № 7 (3). pp. 134–137 (in Ukrainian).
7. Tomakh V.V. Analysis of the development of the concept of “knowledge management”. *Business Inform*. 2011. № 11. pp. 84–86 (in Ukrainian).
8. Marketing management / L.V. Balabanova et al. Donetsk, 1998. 146 p. (in Ukrainian).
9. Martynenko M.V. Development of the system of organizational knowledge: professional and educational aspect: monograph. Kharkiv, 2016. 342 p. (in Ukrainian).

Nataliia PETRYSHYN

PhD in Economics, Associate Professor, Acting Head of the Department, Lviv Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4642-1778>

e-mail: natalia.y.petryshyn@lpnu.ua

Tetiana YAREMCHUK

student, Lviv Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6366-2667>

e-mail: tetiana.yaremchuk.mnmem.2021@lpnu.ua

IMPROVEMENT OF TECHNOLOGY OF KNOWLEDGE MANAGEMENT SYSTEM DEVELOPMENT AND INTRODUCTION AT THE ENTERPRISE

Introduction. Today, in the era of the intellectualization of the economy, knowledge management plays an important role in building an effective strategy for the enterprise. The effective application of the knowledge management system at the enterprise reduces business risks, improves the speed and quality of decision-making processes, promotes innovative activity, and leads to an increase in the competitiveness of the enterprise. By applying an effective knowledge management system, an enterprise can achieve significant savings of resources, which is difficult to achieve using traditional management models and methods.

The purpose of the paper is to research and analyze the knowledge management system of the enterprise, as well as to formulate recommendations for the development of effective technology for implementing the knowledge management system at the enterprise.

Results. The knowledge management system of the enterprise today occupies a central place in the research of many domestic and foreign scientists. Its main elements are objects, subjects of knowledge, knowledge management goals and tasks, knowledge management processes, knowledge management functions and principles, approaches to knowledge management, as well as knowledge management culture. To improve the process of development and implementation of the knowledge management system at the enterprise, the authors proposed a recommended technology that consists of 9 consecutive stages, the priority of which are: identification of the business bottlenecks, analysis of the knowledge available at the enterprise, development of the enterprise's knowledge management strategy, creation of a department at the enterprise that will be responsible for knowledge management, as well as the development of knowledge management tools.

Conclusion. Implementation and application of the recommended technology for the development and implementation of the knowledge management system will allow the enterprise to clearly organize the knowledge management system and thus improve the efficiency of operations and achieve resource savings that cannot be achieved using traditional management mechanisms.

Keywords: knowledge management, knowledge management system, knowledge management strategies, knowledge management tools, domestic enterprises

Тетяна Леонідівна **ЗУБКО**

к.е.н., доцент, Державний торговельно-економічний університет

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8950-1797>

e-mail: t.zubko@knu.edu.ua

МОНІТОРИНГ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ СПІВПРАЦІ З МІЖНАРОДНИМ БІЗНЕСОМ

Статтю присвячено дослідженню питань розбудови системи стратегічного моніторингу економічної безпеки підприємств торгівлі в Україні та за кордоном. У статті викладено результати аналізу систем моніторингу загроз у країнах: Швейцарії, Греції, Сполучених Штатів Америки, Королівства Бахреїну, Ірану. Метою роботи є дослідження особливостей забезпечення економічної безпеки підприємств торгівлі в умовах ведення міжнародного бізнесу. Проаналізовано та згруповано ризики та загрози для торгівлі України, що виникають в межах євроінтеграційних процесів. Наявність факторів, що містять в собі загрози та ризики діяльності підприємства торгівлі, актуалізує питання створення системи моніторингу з метою завчасного попередження небезпеки, і вживання необхідних заходів захисту і протидії. Змодельовано процес управління економічною безпекою підприємств торгівлі та систему моніторингу загроз економічній безпеці підприємству торгівлі.

Ключові слова: економічна безпека, торгівля, міжнародні економічні відносини, міжнародний бізнес, ризики, загрози, моніторинг, підходи, управління

ВСТУП

Нові виклики глобалізації та інтеграції вимагають пошуку нових рішень, зокрема виникла потреба у проектуванні сучасних систем забезпечення економічної безпеки країни та підприємств з урахуванням тенденцій розвитку економічних відносин. 23 червня 2022 р. лідери 27 країн-членів ЄС ухвалили рішення про надання Україні статусу кандидата на членство в ЄС. Статус кандидата зумовлює вимоги до реформування багатьох сфер соціально-економічного стану України. З огляду на процес євроінтеграції цікавим є досвід низки країн у сфері забезпечення економічної безпеки рівня держави та підприємств.

МЕТА роботи – дослідження особливостей забезпечення економічної безпеки підприємств (ЕБП) торгівлі в умовах ведення міжнародного бізнесу.

МАТЕРІАЛИ ТА МЕТОДИ

Методологічною та інформаційною основою дослідження є праці провідних вчених та матеріали періодичних видань. Використано методи теоретичного узагальнення, аналізу, синтезу, графічний, індукції, дедукції тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

У Швейцарії на рівні підприємств питання економічної безпеки розкриваються у системі оцінювання ризику, що формується на чітких показниках і методології. Філософія управління ризиками та визначення схильності до ризику лежить в основі постановки цілей, що, зі свого боку, дозволяє ідентифікувати події, які можуть на них вплинути. Оцінювання ризиків та загроз вбудоване у систему стратегічного планування діяльності підприємства [1]. Це суттєво спрощує будь-які методи оцінювання діяльності підприємств. У Швейцарії здебільшого використовуються методи оцінювання банкрутства. Слід зазначити відсутність єдиного методу моніторингу ризиків і загроз на підприємствах.

Інші науковці зі Швейцарії [2] досліджували особливості впровадження системи управління ризиками підприємства. Структура запропонованої системи скла-

дається з восьми компонентів: внутрішнє середовище, встановлення цілей, ідентифікацію подій, оцінювання ризиків, реагування на ризики, контрольну діяльність, інформацію та комунікацію та моніторинг. Теоретичні розробки доведені до практичного впровадження у вигляді системи Управління ризиками підприємства, що включає: виявлення слабких сторін, визначення сильних сторін, визначення переліку першочергових заходів, оцінювання рівня зрілості системи ризиків, документація для використання, огляд результатів з урахуванням різних вимірів, багатоперіодне оцінювання на різні контрольні дати, огляд результатів за кілька періодів з урахуванням різних вимірів. Перевагою цієї системи є встановлення меж ризиків, прогнози моделі ризиків. Недоліком є неповнота визначення ризиків діяльності підприємства.

У Греції ряд науковців [3], досліджуючи побудову системи моніторингу загроз на підприємствах, розробили структурний підхід, який поєднує моніторинг на рівні процесу з психосоціальним моніторингом через соціальні мережі. Автори зосередили увагу на вивченні внутрішніх загроз через бізнес-процеси. Недоліком підходу до системи моніторингу є те, що фактично досліджується лише ризики і загрози кадрового характеру, тобто кадрова безпека. І зовсім відсутня система спостереження стосовно інших видів загроз (фінансових, ринкових тощо).

Американські науковці у статті [4] досліджували методи оцінювання інформаційного складника ЕБП, зводячи поняття економічної безпеки до інформаційної. Автори підкреслюють те, що безперервний моніторинг й оцінювання ризиків є комплексним процесом підтримки постійної обізнаності про інформаційну безпеку, уразливості та загрози для підтримки організаційних рішень з управління ризиками. Недоліком запропонованої системи моніторингу є її обмеженість відносно охоплення діапазону ризиків і загроз.

Інший колектив американських авторів [5] вивчав системи аналізу ризиків підприємства, виділяючи для моніторингу сім детермінант виникнення ризиків: ринкові фактори, оподаткування, фінансової діяльності,

операційної діяльності, вплив антимонопольного регулювання, зміни законодавства, стан товарних ринків. Автори наголошують на необхідності адаптації системи моніторингу ризиків для різних груп користувачів (інвестори, власники бізнесу). Недоліком цієї системи є неповнота та неуніфікованість.

Каліфорнійські вчені [6] присвятили своє дослідження захисту даних на підприємстві і методам зменшення ризиків безпеці діяльності підприємств. Стаття розкрила суть заходів, які можуть покращити безпеку як працівників так і підприємств. Недоліком пропозицій є те, що система моніторингу ризиків фактично відсутня.

Норвежські вчені [7], досліджуючи передові інструменти моніторингу, зазначили, що моніторинг ризиків і загроз діяльності є вбудованим у загальну систему моніторингу стану підприємства. Викликає увагу запропонований архітектурний шаблон, який слугуватиме основою для побудови таких інструментів моніторингу, які збирають відповідні дані з інфраструктури інформаційних комп'ютерних технологій (ІКТ), об'єднують ці дані у корисну інформацію та подають її у зрозумілий для користувачів спосіб.

Науковець з Королівства Бахрейн [8] присвятив свої пошуки розробленню концептуальної дослідницької моделі управління ризиками. Автор відзначив актуальність створення удосконаленої системи аналізу ризиків тим, що останнім часом енергійне та надзвичайно конкурентне бізнес-середовище пережило стадію краху, від стихійних лих до бізнес-кризи, глобальна конкуренція та економічна нестабільність призводять до помилок, і саме ефективне передбачення нових ризиків може дати конкурентну перевагу. Розроблена модель є комплексною і протестована для вимірювання п'яти запропонованих змінних: виявлення ризиків, оцінювання ризиків, лікування ризиків, моніторинг і комунікація, які розглядаються як незалежні змінні, що впливають на підвищення конкурентної переваги бізнесу, яка розглядається як залежна змінна. Запропонована модель не має сформованого переліку типових загроз та ризиків і має складності для прогнозування.

Колектив авторів з Ірану у [9] розглядали питання безпеки підприємств торгівлі виключно в інформаційному аспекті. Розглянуто переваги аутсорсингу обчислювальних ресурсів. Сформована структура пропонує більш глибокий аналіз безпеки на основі набору найдосконаліших показників безпеки, дозволяє експертам із безпеки підприємства отримувати кращу обізнаність про ситуацію у хмарі. Завдяки кращому та ефективнішому усвідомленню ситуації безпеки у хмарі системна структура може підтримувати прийняття рішень і, крім того, дозволяє розгортати більш відповідні реакції на загрози для захисту ресурсів, передачних стороннім підрядникам.

Європейський вибір нашої країни відкриває нові можливості для співробітництва з розвинутими країнами Європи і стимулює реалізацію національних інтересів.

Для торгівлі виділяємо такі загрози та ризики:

– необхідність прийняття зобов'язань для приведення, відповідно до європейської практики, політики у сферах конкуренції, корпоративного управління, ре-

гулювання внутрішнього ринку, екологічної безпеки, що є основою для створення ЗВТ+ між Україною та ЄС; все це вимагає значних коштів;

– інституційні інновації за європейським шаблоном можуть залишитися лише на папері або як звіт перед емісарами з ЄС, що спричинено наявністю в Україні величезного неконтрольованого тіньового сектору;

– зміни Україною імпортного мита призвели до необхідності переобладнання митниць і перепідготовки кадрів, що потребує додаткових витрат з держбюджету, та недоотримання частини імпортного мита на продукцію, що ввозиться з ЄС;

– значна асиметрія тарифного захисту в бік ЄС, що суттєво ускладнює економічний розвиток України особливо у секторі сільського господарства та продовольства;

– недостатність часу на імплементацію актів законодавства ЄС (термін від двох до семи років, що недостатньо для такого обсягу робіт);

– нестача коштів для зростаючих витрат на гармонізацію законодавства з нормами ЄС;

– відсутність достатньої кількості кваліфікованих фахівців, спроможних у стислі терміни виконати завдання імплементації актів законодавства ЄС у межах ЗВТ+;

– необхідність перегляду Україною системи правил походження товарів, що потребує додаткових витрат із держбюджету та стеження за наявністю всіх документів, що підтверджують походження товарів;

– наявність суттєвої асиметрії у лібералізації ринку послуг (ЄС не надає жодних гарантій доступу на європейський ринок послуг, вимагає від України фінансових гарантій транзиту енергоносіїв, не бажає лібералізувати сферу послуг із наземних перевезень);

– суттєва асиметрія умов торгівлі сільськогосподарськими товарами між Україною і ЄС виявляється як значне перевищення розмірів виробництва і торгівлі країн ЄС над продукцією України, ЄС зберігає значну кількість винятків з режиму вільної торгівлі, асиметричність у рівнях захисту сільського господарства, дискримінаційна система тарифних квот, високий рівень нетарифного захисту ЄС (санітарні і фітосанітарні заходи, антидемпінгові і компенсаційні заходи), вимоги ЄС до взяття на себе жорстких зобов'язань захисту географічних найменувань, суттєва несиметричність експортних режимів (спеціальні захисні заходи з боку ЄС від зростання обсягів імпорту та зниження цін);

– лібералізація імпорту легкових автомобілів з ЄС зашкодить торговельному балансу України та підриває перспективи розвитку власної автомобільної промисловості України;

– несприятливий інвестиційний клімат для металургійної галузі, що ускладнюється недостатньо розвиненим ринком фінансових послуг і слабким захистом довкілля;

– вже існуючі проблеми української машинобудівної продукції (невідповідність стандартам ЄС, несприятливий інвестиційний клімат, нерозвиненість внутрішнього ринку);

– слабка можливість українських енергетичних компаній експортувати електроенергію внаслідок розбіжності стандартів і правил функціонування енерге-

тичних ринків ЄС та України.

Для нейтралізації ризиків та загроз, що виникають внаслідок євроінтеграційних процесів, Україна повинна забезпечувати власну економічну безпеку:

- оптимізувати структури експорту та імпорту: в експорті збільшити обсяг продукції з високою часткою доданої вартості та збільшити імпорт технологій, диверсифікувати канали постачання енергоносіїв;

- визначити та отримати максимальну вигоду від участі у вже існуючих об'єднаннях (СОТ тощо);

- регулювати розвиток зовнішньої торгівлі за умов дотримання національних економічних інтересів та забезпечення економічної безпеки держави;

- підвищувати економічну ефективність зовнішньоекономічної діяльності шляхом усунення асиметрії, що склалася в угоді між Україною та країнами-засновниками (асиметрій імпорتنих мит, нетарифних заходів, експортної політики, програм підтримки виробництва та експорту, у сфері послуг);

- розвиток експортного потенціалу через розширення виробництва високотехнологічних товарів та проведення політики імпортозаміщення;

- досягнення стабілізації курсу національної валюти відносно вільноконвертованих валют шляхом посилення страхування депозитів, запровадження більшої кількості типів облігацій внутрішнього боргу, впровадження системи моніторингу стану банківської системи для вчасного виявлення і виведення неплатоспроможних банків з ринку;

- забезпечення безперебійної роботи транспортних магістралей, що з'єднують Україну із зовнішніми ринками (залізничний і автомобільний транспорт, магістральні газо- і нафтопроводи, міжрегіональні лінії електропередач).

Відтак, зовнішньоекономічні умови та особливості торгівлі країни впливають на стан підприємства всередині країни, чинники законодавства різних рівнів, політичні фактори та численні інші. Відповідно зростає ступінь невизначеності зовнішнього середовища підприємства.

Наявність факторів, що містять в собі загрози та ризики діяльності підприємства торгівлі, актуалізує питання створення системи моніторингу з метою вчасного попередження небезпеки, і вживання необхідних заходів захисту і протидії.

Економічна безпека підприємства торгівлі характеризується якісними та кількісними показниками, головним з яких є рівень економічної безпеки. Рівень економічної безпеки – це оцінка використання ресурсів та можливостей підприємства за критеріями оцінювання. З метою досягнення цілей розвитку і достатнього рівня його економічної безпеки підприємство повинно провести комплекс заходів із забезпечення максимальної безпеки його функціональних складників (рис. 1).

Відповідно тому, які загрози висуває зовнішнє середовище зараз, для оцінювання рівня економічної безпеки торговельних підприємств відбираються показники з збалансованої системи показників (ЗСП).

Так, в умовах воєнного стану суттєво зменшився товарооборот кожного торговельного підприємства. «Вдарила» по підприємствам заборона продажу алко-

голю протягом місяця. Для підприємств торгівлі цей товарний сегмент досить значний. З іншого боку, зменшилися ставки оподаткування, а це так само зменшує надходження до бюджету України. Водночас ця ситуація примусила шукати шляхи виживання, змінювати бізнес-моделі діяльності, реорганізувати логістичні ланцюги.

Війна в Україні суттєво змінила як міжнародні зв'язки і стан міжнародної економічної безпеки, так і методи управління підприємствами. Військовий стан в Україні позначився на багатьох сферах існування країни: політичній, соціальній, економічній тощо. Зростає вагомість загроз та ризиків саме зовнішнього впливу на діяльність підприємств. 19 березня 2022 р. подано проект Закону №7176 «Про внесення змін до деяких законів України щодо здійснення моніторингу потенційних загроз національній безпеці України у сфері економіки». Цим документом пропонується доповнити норми законів «Про управління об'єктами державної власності», «Про банки і банківську діяльність».

Сенс цієї вимоги в тому, що керівники підприємств, в яких є істотна частка власності держави, будуть зобов'язані здійснювати моніторинг наявних або потенційних загроз національній безпеці України та у разі їх виявлення вживати заходів для нейтралізації їх впливу на діяльність такого підприємства або товариства. Перелік конкретних заходів визначатиметься суб'єктом управління або за його рішенням керівником підприємства або товариства з урахуванням його повноважень [10]. Відповідно зростає роль системи моніторингу загроз діяльності підприємства, оскільки загрози підприємствам часто формують загрози та ризики національного рівня. 1 квітня 2022 р. Верховна Рада України ухвалила цей закон [11].

Механізм управління у сфері організаційно-економічного характеру – це сукупність елементів організаційно-економічного впливу на процес управління. Система (механізм) моніторингу на підприємстві – це система спостереження, оцінювання та прогнозування загроз інтересам та діяльності підприємства. Побудова системи моніторингу має відповідати усім принципам стратегічного планування: цілеспрямованість, системність, комплексність, послідовність, безперервність, порівнювальність застосовуваних показників моніторингу. Фактично за допомогою системи моніторингу загроз та ризиків розробляються і коригуються стратегії діяльності підприємства. У системі моніторингу виділяються три етапи-системи: спостереження, оцінювання, прогнозування (рис. 2).

Кожна з підсистем забезпечується власними функціональними складниками. Це такі етапи.

1. Постановка завдань моніторингу, виокремлення вимог до процесу діагностування, визначення засобів діагностики. Реалізація цього етапу знаходиться у компетенції топ-менеджменту: керівництва підприємства, служби економічної безпеки, головного економіста. Саме керівництво визначає склад команди виконавців моніторингу. Виконання цього етапу передбачає використання бізнес-плану (якщо є), затвердженої стратегії діяльності, звітів маркетингової служби відносно зовнішнього впливу (ринку).



Рис. 1. Модель стратегії управління системою економічної безпеки підприємств торгівлі [розробка автора]

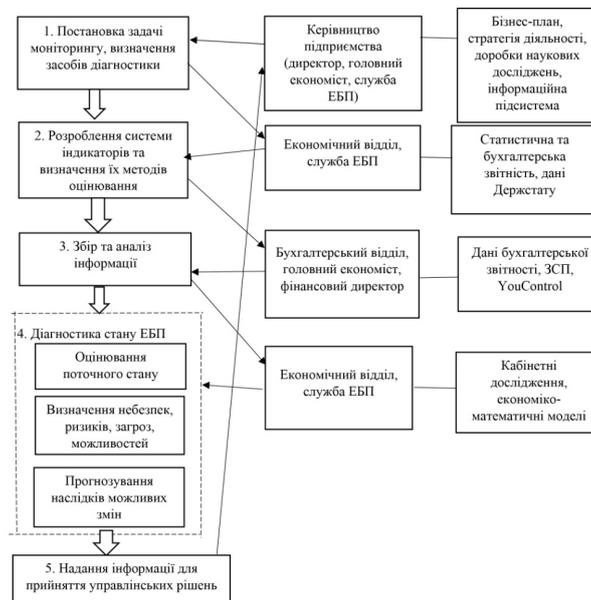


Рис. 2. Модель моніторингу ЕБП (етапи, суб'єкти процесу, інформаційні джерела) {адаптовано автором за [12]}

2. Розроблення системи показників та індикаторів згідно з потребами та урахуванням ЗСП. Основними вимогами до показників оцінки є: 1) відповідність інтересам підприємства, 2) відображення внутрішніх і зовнішніх загроз, 3) узгодженість та цілісність показників. Важливим на цьому етапі є визначення порогових значень індикаторів, які важливі для моніторингу загроз. Реалізація цього етапу знаходиться у компетенції економічного відділу та служби економічної безпеки (якщо така є).

У розробленні системи оціночних показників виникають питання, пов'язані з їх обґрунтуванням та методикою діагностування. Для вирішення цієї проблеми можуть використовуватися кількісні та якісні методи, методи експертного оцінювання, методи аналогій.

У формуванні системи оціночних показників економічної безпеки, а також їх вагових та межових значень використано досвід вітчизняних і закордонних

дослідників та результати глибокого інтерв'ю, показники вибираються із запропонованого переліку ЗСП.

3. Збір та аналіз статистичних даних та даних інших відділів підприємства торгівлі. Реалізація цього етапу покладається на бухгалтерський, фінансовий та економічний відділи. У розрахунках використовуються дані статистичної звітності, результати спостережень, відомості з системи YouControl, результати якісного (балового) оцінювання за експертним дослідженням.

4. Здійснення діагностики стану економічної безпеки підприємства торгівлі. Реалізується цей етап службою економічної безпеки (якщо є) або економічним відділом. У розрахунках та обґрунтуванні прогнозів використовуються результати кабінетних досліджень, економіко-математичного моделювання. Процес діагностики пропонується поділити на три етапи:

- оцінювання поточного стану;
- визначення небезпек, ризиків і загроз;

– прогнозування наслідків можливих змін.

Для кожного етапу запропоновано інструментарій здійснення оцінювання результатів, використання економіко-математичних методів та моделей.

Реалізація етапу оцінювання поточного стану ЕБП належить до компетенцій економічного відділу або служби економічної безпеки (якщо підприємство достатньо великого розміру). У межах цього дослідження запропоновано такі підходи до оцінювання поточного стану економічної безпеки підприємства торгівлі:

– оцінювання рівня економічної безпеки за окремими складниками, що дає змогу відносно швидко визначити попередні значення рівня ЕБП (методи прогнозування банкрутства, метод визначення рівня кадрової безпеки). Ці методи дають досить ґрунтовне уявлення про можливі ризики та загрози і відрізняються швидкістю;

– комплексне оцінювання стабільності діяльності підприємства торгівлі, який виконується за допомогою глибинного інтерв'ю топ-менеджменту підприємства, і дає змогу визначити проблемні місця у роботі підприємства значно детальніше. Також цей метод відрізняється точністю, але потребує часу та знань в області експертного опитування, потребує присутності фахівця;

– оцінювання стану економічної безпеки підприємства торгівлі з використанням методів нечіткої логіки, який дає змогу оцінити як загальний стан ЕБП, так і за її окремими складниками. Запропонований метод досить уніфікований, потребує аналізу форм фінансової звітності та аналізу результатів діяльності YouControl. Цей підхід не потребує багато часу та спеціальних компетенцій.

Найкраще оцінювання поточного стану ЕБП здійс-

нюється за допомогою застосування методу моделювання нечітких множин. Спершу оцінюються окремо функціональні складові за відібраними показниками із ЗСП. Розраховані показники оцінювання за функціональними складниками порівнюються з еталонними (або ж з тими, що взято за базу порівняння) та визначаються їх відносні величини. Формується їх лінгвістичний опис, та за допомогою врахування важливості кожного функціонального складника вираховують загальний рівень ЕБП.

Визначення загроз та можливостей виконується під час розгляду рівнів безпеки функціональних складників. Це дає змогу сформулювати за відповідними показниками перелік ключових небезпек, ризиків і загроз.

ВИСНОВКИ

Визначення переліку загроз та ризиків для підприємств торгівлі в умовах євроінтеграції допоміг сформулювати рекомендації для їх нейтралізації. Серед заходів чільними є оптимізація товарної структури експорту та імпорту, виправлення асиметрії, яка з'явилась в результаті Угоди про Асоціацію, розширення виробництва високотехнологічних товарів та здійснення політики імпортозаміщення. Наявність факторів ризику і загроз для торгівлі актуалізувало створення системи моніторингу з метою завчасного попередження небезпек. Сформована модель стратегії управління СЕБП торгівлі містить в собі систему моніторингу ризиків та загроз. Моніторинг загроз ЕБСП передбачає виконання кількох етапів, визначено суб'єкти процесу та інформаційні джерела, які залучені у процес виділення факторів ризику і загроз. Це дає можливість формувати необхідні варіанти управлінських рішень.

Список використаних джерел

1. Myers J., Grimaila H., Mills R. Towards insider threat detection using web server logs. 2014. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1558607.1558670>
2. Giorciari M., Blattner P. Enterprise Risk Management. Maturity – Level Assessment Tool. 2009. URL: <https://www.soa.org/globalassets/assets/files/resources/essays-monographs/2008-erm-symposium/mono-2008-m-as08-1-ciorciari.pdf>
3. Stavrou V., Kandias M., Karoulas G., Gritzalis D. Business Process Modeling for Insider Threat Monitoring and Handling. *Trust, Privacy, and Security in Digital Business: International Conference on Trust, Privacy and Security in Digital Business* / ed. C. Eckert et al. Switzerland, 2014. Vol. 8647. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-09770-1_11
4. Kott A., Arnold C. The Promises and Challenges of Continuous Monitoring and Risk Scoring. *IEEE Security & Privac.* 2013. Vol. 11. No. 1. pp. 90-93. URL: <https://doi.org/10.1109/MSP.2013.19>
5. Articles of Merit Award Program for Distinguished Contribution to Management Accounting. 2005. URL: https://www.icjce.es/images/pdfs/TECNICA/C01%20-%20IFAC/C.01.073%20-%20PAIB%20-%20Other/FMA_2005_Articles_of_Merit.pdf#page=20
6. Heller D. Enterprise Risk Management. *Report published by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission at 2004*. URL: <https://www.ehsop.org/resources/Documents/2004Conference/HELLER%20ITSC04.pdf>
7. Wei X., Gomez L., Neamtii I., Faloutsos M. Malicious Android Applications in the Enterprise: What Do They Do and How Do We Fix It? *IEEE 28th International Conference on Data Engineering Workshops*. 2012, pp. 251-254. URL: <https://doi.org/10.1109/ICDEW.2012.81>
8. Ligaarden O.S., Lund M.S., Refsdal A., Seehusen F., Stolen K. An architectural pattern for enterprise level monitoring tools. *International Workshop on the Maintenance and Evolution of Service-Oriented and Cloud-Based Systems*, 2011. pp. 1-10. URL: <https://doi.org/10.1109/MESOCA.2011.6049035>
9. Jalal-Karim A. Leveraging enterprise risk management (ERM) for boosting competitive business advantages in Bahrain. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. 2013. Vol. 9. No. 1. pp. 65-75. URL: <https://doi.org/10.1108/20425961311315728>
10. Alavizadeh H., Alavizadeh H., Jang-Jaccard J. Cyber Situation Awareness Monitoring and Proactive Response for Enterprises on the Cloud. *IEEE 19th International Conference on Trust, Security and Privacy in Computing and Communications (TrustCom)*. 2020. pp. 1276-1284. URL: <https://doi.org/10.1109/TrustCom50675.2020.00171>. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9343109>
11. Сайт Закон і бізнес. URL: <https://zib.com.ua/ua/150945.html>
12. Сайт Укрінформ. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3445934-rada-uhvalila-zakon-pro-zapobiganna>

zagrozam-nacionalnij-bezpeci-ukraini-u-sferi-ekonomiki.html

13. Федулова С.О., Овчаренко О.В., Науменко Н.Ю. Формування системи моніторингу економічної безпеки регіону на прикладі дніпропетровської області. *Причорноморські економічні студії. Вип. 56, 2020. URL: https://doi.org/10.32843/bses.56-14*

References

1. Myers J., Grimaila H., Mills R. Towards insider threat detection using web server logs. 2014. URL: <https://dl.acm.org/doi/abs/10.1145/1558607.1558670>
2. Giorciari M., Blattner P. Enterprise Risk Management. Maturity – Level Assessment Tool. 2009. URL: <https://www.soa.org/globalassets/assets/files/resources/essays-monographs/2008-erm-symposium/mono-2008-m-as08-1-ciorciari.pdf>
3. Stavrou V., Kandias M., Karoulas G., Gritzalis D. Business Process Modeling for Insider Threat Monitoring and Handling. *Trust, Privacy, and Security in Digital Business: International Conference on Trust, Privacy and Security in Digital Business / ed. C. Eckert et al. Switzerland, 2014. Vol. 8647. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-319-09770-1_11*
4. Kott A., Arnold C. The Promises and Challenges of Continuous Monitoring and Risk Scoring. *IEEE Security & Privac.* 2013. Vol. 11. No. 1. pp. 90-93. URL: <https://doi.org/10.1109/MSP.2013.19>
5. Articles of Merit Award Program for Distinguished Contribution to Management Accounting. 2005. URL: https://www.icjce.es/images/pdfs/TECNICA/C01%20-%20IFAC/C.01.073%20-%20PAIB%20-%20Other/FMA_2005_Articles_of_Merit.pdf#page=20
6. Heller D. Enterprise Risk Management. *Report published by the Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission at 2004.* URL: <https://www.ehscp.org/resources/Documents/2004Conference/HELLER%20ITSC04.pdf>
7. Wei X., Gomez L., Neamtii I., Faloutsos M. Malicious Android Applications in the Enterprise: What Do They Do and How Do We Fix It? *IEEE 28th International Conference on Data Engineering Workshops.* 2012, pp. 251-254. URL: <https://doi.org/10.1109/ICDEW.2012.81>
8. Ligaarden O.S., Lund M.S., Refsdal A., Seehusen F., Stolen K. An architectural pattern for enterprise level monitoring tools. *International Workshop on the Maintenance and Evolution of Service-Oriented and Cloud-Based Systems*, 2011. pp. 1-10. URL: <https://doi.org/10.1109/MESOCA.2011.6049035>
9. Jalal-Karim A. Leveraging enterprise risk management (ERM) for boosting competitive business advantages in Bahrain. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development.* 2013. Vol. 9. No. 1. pp. 65-75. URL: <https://doi.org/10.1108/20425961311315728>
10. Alavizadeh H., Alavizadeh H., Jang-Jaccard J. Cyber Situation Awareness Monitoring and Proactive Response for Enterprises on the Cloud. *IEEE 19th International Conference on Trust, Security and Privacy in Computing and Communications (TrustCom).* 2020. pp. 1276-1284. URL: <https://doi.org/10.1109/TrustCom50675.2020.00171>. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/9343109>
11. Law and business website. URL: <https://zib.com.ua/ua/150945.html> (in Ukrainian).
12. Ukrinform website. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3445934-rada-uhvalila-zakon-pro-zapobiganna-zagrozam-nacionalnij-bezpeci-ukraini-u-sferi-ekonomiki.html> (in Ukrainian).
13. Fedulova S.O., Ovcharenko O.V., Naumenko N.Yu. Formation of the economic security monitoring system of the region on the example of the Dnipropetrovsk region. *Black Sea Economic Studies.* 2020. Vol. 56. URL: <https://doi.org/10.32843/bses.56-14> (in Ukrainian).

Tetiana ZUBKO

PhD in Economics, Associate Professor, State University of Trade and Economics

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8950-1797>

e-mail: t.zubko@knute.edu.ua

MONITORING OF THE ECONOMIC SECURITY OF TRADING ENTERPRISES IN CONDITIONS OF COOPERATION WITH INTERNATIONAL BUSINESS

The paper is devoted to the study of the development of a system of strategic monitoring of the economic security of trade enterprises in Ukraine and abroad. The paper presents the results of the analysis of threat monitoring systems in the following countries: Switzerland, Greece, the United States of America, the Kingdom of Bahrain, and Iran. The purpose of the work is to study the peculiarities of ensuring the economic security of trade enterprises in the conditions of conducting international business. Risks and threats to Ukraine's trade arising from European integration processes are analyzed and grouped. Among the most significant risks and threats, the following are identified: the need to change legislation in the areas of competition, internal market regulation, environmental safety, lack of funds and specialists to harmonize legislation with EU norms, the presence of asymmetry in the liberalization of the services market and the terms of trade in agricultural goods.

Measures are proposed to neutralize risks and threats arising from European integration processes, the most important of which are: optimizing the structure of trade in the direction of increasing the export of goods with a high share of added value, and eliminating the asymmetry that has developed in the agreement between Ukraine and the founding countries, identifying and get the maximum benefit from participation in already existing associations (WTO, etc.), development of export potential through the expansion of production of high-tech goods and implementation of import substitution policy. The presence of factors that contain threats and risks to the activity of a trade enterprise, actualizes the issue of creating a monitoring system for the purpose of early warning of danger, and the use of necessary protection and countermeasures. The process of managing the economic security of trade enterprises is modeled. The stages of monitoring threats to the economic security of the trade enterprise have been developed, where the subjects of the process and information sources involved in the process of identifying risk factors and threats are defined, which makes it possible to form the necessary options for management decisions.

Keywords: economic security, trade, international economic relations, international business, risks, threats, monitoring, approaches, management

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2022.9\(2\).4](https://doi.org/10.37634/efp.2022.9(2).4)
УДК 339.138

Ксенія Валеріївна КОВТУНЕНКО

д.е.н., професор, зав. кафедри, Національний університет "Одеська політехніка"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3759-7950>
e-mail: k.v.kovtunenکو@op.edu.ua

Наталія Миколаївна ФОМІНА

аспірантка, Національний університет "Одеська політехніка"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2334-8267>
e-mail: fomina.n.m@op.edu.ua

Анастасія Валеріївна ТВЕРДОХЛІБОВА

студентка, Національний університет "Одеська політехніка"
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0522-8488>
e-mail: ibomzov@gmail.com

ПРОСУВАННЯ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЧЕТВЕРТИЙ ЕЛЕМЕНТ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

У статті вивчено основні підходи до визначення поняття «просування продукції». Узагальнено, що просування продукції – це комплекс заходів з поширення інформації про продукт, лінійку продуктів, бренд і компанію серед потенційних покупців з метою збільшення продажів і розвитку лояльності до бренду. Виявлено, що просування продукту – це важливий спосіб стимулювання продажів та збільшення доходу для покриття витрат на початкові дослідження та розроблення, витрати на виробництво та випробування продукції. Однак неретельно спланована рекламна кампанія може принести великі збитки.

Ключові слова: маркетинг, просування продукції, комплекс маркетингу, реклама

ВСТУП

Маркетинг грає важливу роль у просуванні продукції. Великі компанії агресивно рекламують свої нові пропозиції, щоб викликати інтерес до свого товару і залучити нових клієнтів. Маркетингова кампанія просування продукції є найбільш ефективною системою, за допомогою якої підприємець має можливість збільшити свій дохід. Саме через те, що комплекс маркетингу налічує велику кількість різноманітних способів та методів просування продукції, підприємству завжди важко обрати найефективніші та найдієвіші способи. У сучасному світі соціально-економічне становище країни ще більше ускладнює цей процес. Але від правильності вибору інструментів просування продукції напряму залежить прибуток підприємства та подальший його успіх на ринку. Перед тим як вибрати механізми просування треба вирішити, яке саме визначення «просування продукції» найбільше підходить до діяльності конкретного підприємства. Та виходячи з цього вже вибирати способи та методи просування. Наукові аспекти вищезазначених процесів розглянуто у наукових працях вітчизняних і зарубіжних вчених. Серед них роботи дослідників: В.І. Дубницький [1], С.Б. Колодинський [1], Є.В. Попов [2], Є.П. Голубков [3], І. Ганза [4], А. Мартоян [4], Н.С. Комлєва [5], Т.М. Чудайкіна [5], Р.Р. Толстяков [6], О.В. Макарова [6], Е.В. Гаспарян [7], Н.В. Юдіна [8] та ін.

МЕТА статті – вивчення проблем та можливостей просування продукції як четвертого елемента комплексу маркетингу.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Стаття базується на працях вітчизняних та зарубіжних вчених, матеріалах періодичних видань. Використовувались методи аналізу та синтезу, порівняння та узагальнення, системний підхід тощо.

РЕЗУЛЬТАТИ

У науковій літературі існує багато визначень поняття «просування продукції». У найбільш комплексному значенні під просуванням продукції розуміється використання різних методів, за допомогою яких продавець може переконати покупця купити саме цей товар.

По-перше, пропонуємо розглянути такі визначення просування продукції, які наведені у науковій літературі та розкривають її сутність (табл. 1).

Проаналізувавши наведену таблицю, пропонуємо дати наступне визначення *просування продукції* – це комплекс заходів з поширення інформації про продукт, лінійку продуктів, бренд і компанію серед потенційних покупців з метою збільшення продажів і розвитку лояльності до бренду.

Просування у найширшому маркетинговому розумінні, охоплює всю діяльність з продажу: рекламу, особисті продажі, стимулювання збуту та зв'язки з громадськістю. Конкретний спосіб, яким окремих маркетингових поєднує ці види діяльності, називається комбінацією просування.

Для багатьох клієнтів просування та продаж є синонімами маркетингу. Просування, безумовно, є дуже великою частиною маркетингових зусиль більшості фірм, але це, звісно, лише одна частина комплексу маркетингу. Просування не обмежується діловою діяльністю, а також використовується різними некомерційними організаціями.

З чотирьох елементів комплексу маркетингу некомерційними організаціями найбільше використовується просування. Наприклад, коледжі використовують заохочення, щоб залучити студентів, політичні кандидати, які проводять збори (просування), мають на меті отримати голоси, уряд використовує рекламні методи для популяризації програм планування сім'ї тощо.

Таблиця 1 – Визначення поняття «просування продукції»

Зміст	Автори
«Цифровий» двигун всього підприємства – виготовлювача продукції.	В.І. Дубницький, С.Б. Колодинський [1]
Будь-яка форма дій, що використовуються фірмою для інформування, переконання людей і нагадування їм про свої товари, послуги, образи, ідеї, громадську діяльність.	Є.В. Попов [2]
Сукупність різних видів діяльності з доведення інформації про переваги продукту до потенційних споживачів і стимулювання виникнення в них бажання його купити.	С.П. Голубков [3]
Діяльність з інформування споживачів про переваги продукту, а головне в цій діяльності – доведення фізичних обсягів продукції до споживача.	І. Ганза, А. Мартоян [4]
Елемент комплексу маркетингу, який сприяє продажу товару шляхом залучення уваги споживачів у вигляді інструментів, як-от реклама, стимулювання збуту, PR і особистий продаж.	Н.С. Комлєва, Т.М. Чудайкіна [5]
Окремий пласт заходів з формування надійного позитивного образу компанії.	Р.Р. Толстяков, О.В. Макарова [6]
Комплекс заходів, який повинен включати в себе: – створення образу престижності фірми, її продукції і послуг; – формування образу інноваційності для фірми і її продукції; – інформування про характеристики товару; – обґрунтування ціни товару; – впровадження у свідомість споживачів відмінних рис товару; – інформування про місце придбання товарів і послуг; – інформування про розпродажі; – створення сприятливої інформації про фірму порівняно з конкурентами.	Е.В. Гаспарян, Ю.В. Сивопляс [7]
Діяльність з планування і контролю за переміщенням продукції від місця її створення до місця продажу з метою задоволення потреб споживачів і з вигодою для підприємства.	Н.В. Юдіна [8]
Комплекс заходів (дій), спрямований на збільшення частки споживачів, впізнаваності бренду та виведення фірми на новий рівень.	О.А. Прокудина, Н.Л. Малахова [9]
Заходи, що спрямовано на підвищення ефективності продажів через комунікативний вплив на персонал, партнерів та споживачів. Просування має на меті двояку мету: активацію споживчого попиту та підтримання сприятливого ставлення до компанії.	О.Ф. Грищенко, А.Д. Нешева [10]

Отже, на просування значно покладаються й не-ділові організації [7].

Існує велика кількість видів просування, але переважно компанії використовують чотири види просування (рис. 1). Так, саме ці види є найефективнішими у процесі заохочення клієнтів купувати продукцію.

Основна мета просування – переконати клієнтів купувати товар, який ви просуваєте. Слід також зазначити додаткові цілі просування:

- підвищити пізнаваність бренду, викликати інтерес, збільшити продажі або створити лояльність до бренду;
- збільшення попиту на товари;
- розкрити споживачам, чому він потрібен і чому вони повинні платити за нього певну ціну;
- заохотити нових або наявних клієнтів купувати певний продукт;
- досягти бажаних споживачів і переконати їх діяти.

Важливість просування продукції полягає в тому, що жодна фірма не може вижити на ринку, не охопивши ефективно споживачів, і не зможе конкурувати з іншими гравцями ринку, якщо покупцям не пропонуються унікальні переваги.

Також слід зазначити, що у маркетингу під просуванням продукції розуміють будь-який тип маркетингової комунікації, що використовується для інформування цільової аудиторії про відносні переваги продукту, послуги, бренду чи проблеми, у більшості випадків має переконливий характер. Це допомагає маркетологам створити особливе місце у свідомості клі-

єнтів, це може бути зроблено як когнітивним, так і емоційним шляхом [4].

Просування продукції також є одним з елементів рекламного комплексу або рекламного плану. В нього входять особисті продажі, реклама, стимулювання збуту, реклама прямого маркетингу, з уст в уста, а також він може включати маркетинг подій, виставки та торгові шоу. Рекламний план визначає, скільки уваги потрібно приділяти кожному з елементів маркетинг-міксу й яку частку бюджету слід виділити на кожен елемент.

Просування продукції охоплює методи комунікації, які маркетолог використовує для надання інформації про свій продукт. Інформація може бути як словесною, так і візуальною.

Мета просування продукції, а отже, і її рекламний план може мати широкий діапазон, включаючи: збільшення продажів, розроблення нового продукту, створення капіталу бренду, позиціонування, конкурентну відплату, створення корпоративного іміджу.

Термін «просування» зазвичай використовується всередині маркетингової функції. Для громадськості чи ринку більш поширені фрази на кшталт «спеціальна пропозиція». Прикладами повністю інтегрованого, довгострокового та масштабного просування є My Coke Rewards у США або Coke Zone у Великобританії та Pepsi Stuff [1].

Слід також зазначити, що просування продукції охоплює рекламу, зв'язки з громадськістю та рекламну стратегію (рис. 2).

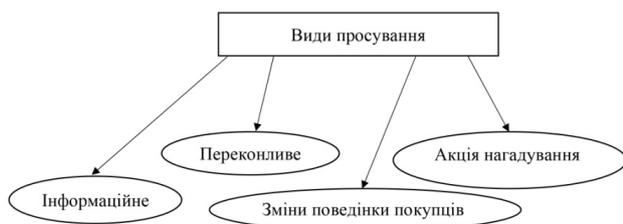


Рис. 1. Головні види просування

Просування продукту за своєю метою відрізняється від реклами. Метою реклами є поширення інформації про компанію чи продукт. Навпаки, для просування продукту підприємство припускає, що його аудиторія вже знає про його продукт і, можливо, вже придбало один із продуктів. Приклади, які показують різницю між цими поняттями, зазначено на рис. 3.

Існує багато способів просування продукції. Ось кілька прикладів, які є дієвими та які однозначно потрібно використовувати підприємству:

- конкурси в соціальних мережах;
- програми лояльності;
- акція: у разі купівлі одного товару – отримаєте ще один (BOGO);
- безкоштовні зразки, купони або продукти;
- знижки;
- благодійні покупки;

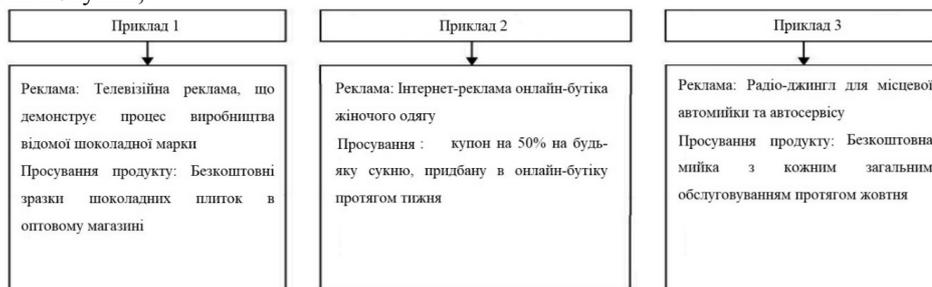


Рис. 3. Практичні приклади різниці понять «просування продукції» та «реклами»

Список використаних джерел

1. Дубницький В.І., Колодинский С.Б. Інструменти маркетингу у розвитку підприємства в умовах цифрової трансформації. *Маркетинг: виклики та рішення*: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 21 квітня 2021 року). / за ред. д.е.н., проф. І.Л. Литовченко. Одеса: Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 122-125. URL: [dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13000/1/Маркетинг виклики та рішення.pdf](https://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13000/1/Маркетинг%20виклики%20та%20рішення.pdf)
2. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг. Москва, 2002.
3. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегии, планы, структуры. Москва, 1995.
4. Ганза І., Мартоян А. Маркетингові стратегії та фактори впливу при просуванні високотехнологічної продукції на ринку. *Схід*. 2014. № 1. С. 22-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2014_1_5
5. Комлева Н.С., Чудайкина Т.Н. Современные методы продвижения продукции производственно-технического назначения на региональном рынке. *Международный экономический форум*, 2010. URL: <https://be5.biz/ekonomika1/r2010/00914.htm>
6. Толстяков Р.Р., Макарова О.В. Эволюция формирования стратегического комплекса маркетинга. *Научный альманах*. 2017. № 8-1(34). URL: <http://ucsm.ru/doc/na.2017.08.01.062.pdf>
7. Гаспарян Е.В., Сивопляс Ю.В. Особливості конкуренції та просування продукції на зовнішніх ринках. *Національна металургійна академія України. Молода академія*: збірка тез доповідей Всеукраїнської науково-технічної конференції студентів і молодих учених. Дніпропетровськ, 2014. 237 с. URL: https://nmetau.edu.ua/file/tom_2_14.pdf
8. Юдіна Н.В. Технологізація управління маркетинговою діяльністю *Економічний Вісник НТУУ «КПІ»*, 2015. № 12. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45629>
9. Прокудина О.А., Малахова Н.І. Исследование понятийно-терминологического аппарата дифиниций продвижение и коммуникации. *Молодой вчений*. 2014. № 1(04). С. 44-47. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2014_1\(04\)_10.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2014_1(04)_10.pdf)
10. Грищенко О.Ф., Нешева А.Д. Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2013. № 4. pp. 86-98. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mimi_2013_4_10.pdf



Рис. 2. Основні елементи просування продукції

– благодійні заходи.

Проаналізувавши наведені приклади, слід зазначити, що сутність просування продукту – це використання купонів, конкурсів у соціальних мережах, безкоштовних зразків або інші тактик, щоб заохотити клієнта купити продукцію підприємства.

ВИСНОВКИ

Підводячи підсумок, можна з упевненістю сказати, що лише правильно визначенні способи та методи просування продукції забезпечать ефективність просування та постійний прибуток для підприємства. Треба врахувати усі фактори впливу, особливо сучасну складну економічну ситуацію у світі, зробити аналіз продукції та аналіз клієнтів, щоб побудувати процес просування продукції підприємництва відповідно до сучасних потреб суспільства.

References

1. Dubnytskyi V.I., Kolodynskyi S.B. Marketing tools in the development of the enterprise in the conditions of digital transformation. *Marketing: challenges and solutions: materials of the II International Scientific and Practical Conference* (Odesa, April 21, 2021). / edited by Doctor of Economics, Prof. I.L. Litovchenko. Odesa: Helvetica Publishing House, 2021. pp. 122-125. URL: dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/13000/1/Маркетинг_виклики_та_рішення.pdf [in Ukrainian].
2. Popov E.V. Promotion of goods and services. Moscow, 2002. [in Russian].
3. Golubkov E.P. Marketing: strategies, plans, structures. Moscow, 1995. [in Russian].
4. Hanza I., Martoian A. Marketing strategies and influencing factors in the promotion of high-tech products on the market. *East*. 2014. No. 1. pp. 22-26. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Skhid_2014_1_5 [in Ukrainian].
5. Komleva N.S., Chudaykina T.N. Modern methods of promotion of industrial and technical products in the regional market. *International Economic Forum*. 2010. URL: <https://be5.biz/ekonomika1/r2010/00914.htm> [in Russian].
6. Tolstyakov R.R., Makarova O.V. The evolution of the formation of the strategic marketing mix. *Scientific almanac*. 2017. No. 8-1(34). URL: <http://ucom.ru/doc/na.2017.08.01.062.pdf> [in Russian].
7. Hasparian E.V., Syvoplias Yu.V. Peculiarities of competition and product promotion in foreign markets. *National Metallurgical Academy of Ukraine. Young Academy: collection of abstracts of reports of the All-Ukrainian scientific and technical conference of students and young scientists*. Dnipropetrovsk, 2014. 237 p. URL: https://nmetau.edu.ua/file/tom_2_14.pdf [in Ukrainian].
8. Yudina N. V. Technologization of marketing activity management. *Economic Bulletin of NTUU "KPI"*. 2015. No. 12. URL: <http://ev.fmm.kpi.ua/article/view/45629> [in Ukrainian].
9. Prokudina O.A., Malahova N.L. Study of the conceptual and terminological apparatus of the definitions of promotion and communication. *Young scientist*. 2014. No. 1(04). pp. 44-47. URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2014_1\(04\)_10.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/molv_2014_1(04)_10.pdf) [in Russian].
10. Hryshchenko O.F., Niesheva A.D. Social media marketing as a tool for promoting the company's product. *Marketing and innovation management*. 2013. No. 4. pp. 86-98. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Mimi_2013_4_10.pdf [in Ukrainian].

Kseniia KOVTUNENKO

Doctor of Economics, Professor, Head of department, Odesa Polytechnic National University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3759-7950>
e-mail: k.v.kovtunenko@op.edu.ua

Nataliia FOMINA

postgraduate student, Odesa Polytechnic National University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2334-8267>
e-mail: fomina.n.m@op.edu.ua

Anastasiia TVERDOKHLIBOVA

student, Odesa Polytechnic National University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0522-8488>
e-mail: ibomzov@gmail.com

PRODUCT PROMOTION AS THE FOURTH ELEMENT OF THE MARKETING COMPLEX

The paper is devoted to the study of the most widespread issues and difficulties of product promotion implementation nowadays, considering current complicated conditions of uncertainty. The paper covers the main definitions of product promotion as the fourth element of the marketing complex, which necessitates the study and generalization of the experience of Ukraine and other countries. The study examines product promotion as an important way to drive sales and increase revenue to cover initial research and development costs, manufacturing costs, and product testing. However, a poorly planned advertising campaign can bring big losses. Therefore, successful product promotion involves creative marketing strategies to increase sales by reaching a specific audience. Product launch and promotion are parts of a manufacturing company's process to increase revenue and brand loyalty. It can also be noted that product promotion is the process by which a company uses the means at its disposal to encourage customers to buy their products. Companies may offer exclusive offers, discounts, and other opportunities for a limited period to entice customers to purchase their product or service. Since customers usually want to receive a favourable offer, it is the quality of product promotion that becomes the determining factor in the process of the customer deciding whether to buy your product or your competitor's product. Promotion is the fourth element of the marketing complex (namely: product, price, distribution, and promotion), which is considered as a method of communication. This element is used by the enterprise to achieve a certain set of goals, such as: providing potential buyers with information about the availability of functions and use of the product; stimulating demand for the product by increasing awareness and interest among customers; emphasizing the difference between the company's product and the competitor's product by creating customer loyalty to the brand; stabilization of sales, emphasizing the importance and features of the product. These goals have shown that product promotion is one of the most important ways to increase the profits of the company and to keep further improvement in difficult conditions.

Keywords: marketing, product promotion, marketing complex, advertising

DOI: [https://doi.org/10.37634/efp.2022.9\(2\).5](https://doi.org/10.37634/efp.2022.9(2).5)
УДК 336.027; 658.18

Юлія Леонідівна ЧИРКОВА

к.е.н., доцент кафедри, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7315-9520>

e-mail: yuliya.l.chyrkova@lpnu.ua

Оксана Василівна ЗУЗАК

студентка, Національний університет "Львівська політехніка"

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9175-9148>

e-mail: oksana.zuzak.me.2019@lpnu.ua

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ОСЕРЕДКІВ DUTY FREE TA TAX FREE В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ СОЮЗІ

Функціонування зон *duty free ta tax free* є популярним інструментом у кожній країні світу, вони користуються особливим статусом, який відрізняється залежно від того, де їх розміщено. Статтю присвячено аналізу функціонування зон *duty-free ta tax-free* в Україні та порівнянні їх діяльності з іншими провідними країнами світу. Розглянуто низку документів, які регламентують діяльність магазинів безмитної торгівлі. Показано, які існують проблеми у діяльності магазинів безмитної торгівлі як елементу міжнародної системи роздрібною торгівлі туристичними товарами та наведено конкретні шляхи їх вирішення.

Ключові слова: магазини безмитної торгівлі, зони "tax free", Митний кодекс України, Податковий кодекс України, роздрібна торгівля туристичними товарами, кордон, податки, Європейський Союз, регулювання

ВСТУП

У сучасних умовах розвитку зовнішньоекономічних відносин в Україні особливе значення має діяльність магазинів безмитної торгівлі (МБТ), оскільки з кожним роком кількість фізичних осіб, які перетинають митну територію України і купують товари в таких магазинах, лише зростає. Особливо попитом в українців з 2017 р. внаслідок розвитку євроінтеграційних процесів та введення безвізового режиму в'їзду до країн ЄС для громадян України, користуються міжнародні рейси, а тому й розвиток магазинів безмитної торгівлі стає ще більш актуальним.

Ключові особливості функціонування та розвитку сучасних зон безмитної торгівлі в Україні та за її межами висвітлено у працях С.А. Данілеяна, О.В. Костяної, Ю.С. Ремиги, М.В. Мельника та ін. Зокрема, у працях науковців піднято питання функціонування сфери безмитної торгівлі. Наприклад, С.А. Данілеян, О.В. Костяня досліджують безмитну торгівлю на межі податкової та митної сфер [3]. Ю.С. Ремига, Ю.О. Градиський зосередили свої дослідження у напрямі діджиталізації сфери безмитної торгівлі в українських аеропортах [9]. Попри широкий спектр досліджень, практично поза увагою науковців залишається питання аналізу сучасного стану правового забезпечення стосовно митного режиму безмитної торгівлі та окреслення шляхів удосконалення такого забезпечення, що лише частково висвітлюється М.В. Мельником в його дослідженні [6]. Стосовно категорії "tax free" та особливостей функціонування цієї системи пільгового справляння податку на додану вартість, то тут варто виокремити напрацювання таких українських науковців та фахівців-практиків, як О.В. Ключка та І.І. Чуницька [7].

Водночас на сьогодні ключові засади діяльності МБТ у нормативних актах України практично не регламентовано. Це викликає низку проблем, які стримують розвиток «дьюті-фрі» осередків, що негативно впливає як на політичний статус України, так і на її

економіку. У зв'язку з цим особливе значення набуває доцільність вдосконалення економіко-правового регулювання діяльності магазинів безмитної торгівлі у нашій державі. Стосовно повернення податку на додану вартість (ПДВ) у рамках системи "tax free", доцільно зазначити, що всі процедури тут є слабо розвинутими, а досвід повернення податку іноземним громадянам за придбані в Україні товари взагалі відсутній. Усе це підтверджує актуальність та доцільність вивчення досвіду країн ЄС у розвитку підходів до забезпечення функціонування режимів «duty-free» та «tax free» з метою його імплементації у рамках вітчизняної митно-податкового механізму.

МЕТА статті – дослідити діяльність осередків *duty-free ta tax-free* в Україні, ознайомитись із функціонуванням МБТ у країнах ЄС, визначити проблемні аспекти та запропонувати конкретні напрями для вирішення проблеми.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Інформаційною та методологічною базою статті є наукові роботи, матеріали періодичних фахових та профільних видань, різноманітні ресурси Internet.

РЕЗУЛЬТАТИ

Магазин безмитної торгівлі – це спеціалізований торговельний заклад, розташований у пункті пропуску через державний кордон України, відкритому для міжнародного сполучення, а також на повітряному або водному транспортному засобі комерційного призначення, що виконує міжнародні рейси, та призначений для реалізації товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі (ч. 1 ст. 420 Митного кодексу України (МКУ)) [2]. МБТ здійснюють продаж товарів [5; 8]:

- громадянам, які виїжджають за межі митної території України;
- пасажиром міжнародних рейсів, які виконуються повітряними та водними транспортними засобами комерційного призначення, що експлуатуються резидентами [5].

Реалізація МБТ товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі, підприємствам забороняється (ч. 2 ст. 420 МКУ). У приміщенні МБТ створюється зона митного контролю (ч. 3 ст. 421 МКУ), а самі товари, поміщені в митний режим безмитної торгівлі, протягом всього строку перебування в цьому режимі знаходяться під митним контролем (ч. 2 ст. 142 МКУ) [2].

У митний режим безмитної торгівлі поміщуються іноземні та українські товари, які (ч. 1 ст. 141 МКУ):

- ввозяться з-за меж митної території України або
- вивозяться з митної території України.

Виняток становлять (ч. 2 ст. 141 МКУ):

- товари, заборонені до ввезення в Україну, вивезення з України і транзиту через територію України;
- товари, що надходять в Україну як гуманітарна допомога;
- живі тварини.

Іноземні товари поміщуються в митний режим безмитної торгівлі з умовним звільненням від оподаткування митними платежами (ч. 3 ст. 141 МКУ) [2].

Поміщення товарів вітчизняного виробництва в митний режим безмитної торгівлі для цілей оподаткування вважається експортом цих товарів. Тому операції вивезення товарів за межі митної території України в митному режимі безмитної торгівлі оподатковуються ПДВ за нульовою ставкою.

Факт розміщення товарів у митний режим безмитної торгівлі підтверджує відповідна митна декларація. Тут виникає така проблема: для застосування нульової ставки ПДВ в експорті товарів постачальнику необхідно мати у наявності митну декларацію. Але в ситуації, що розглядається, митну декларацію оформляє власник магазину безмитної торгівлі. Тому у постачальника товарів магазину безмитної торгівлі немає в наявності документа, що підтверджує правомірність застосування нульової ставки з ПДВ. Вирішити цю колізію можна тільки шляхом прийняття відповідних змін до чинного законодавства України, зокрема, до Податкового кодексу України (ПКУ).

Товари можуть перебувати в митному режимі безмитної торгівлі протягом всього строку їх придатності для споживання та/або використання (ч. 1 ст. 142 МКУ). У разі псування товарів, поміщених у митний режим безмитної торгівлі, ці товари підлягають поміщенню в митний режим знищення або руйнування утримувачем магазину безмитної торгівлі (ч. 2 ст. 146 МКУ) [2].

Крім того, на даний момент в жодному нормативному документі України не прописано особливості здійснення розрахунків у готівковій або безготівковій формі магазинами безмитної торгівлі. В абз. «е» п. 6.1 Постанови Кабінету Міністрів України № 1089 від 17.07.2003 р. «Про затвердження Правил продажу товарів магазинами безмитної торгівлі» коротко зазначено, що фізичні особи-нерезиденти, а також уповноважені представники юридичних осіб-нерезидентів – суб'єктів підприємницької діяльності можуть використовувати на територіях митниць готівкову іноземну валюту як засіб платежу в разі оплати товарів і послуг в зоні, яка звільнена від сплати мита та податків. Аналогічні норми передбачені і для фізичних осіб-резидентів [5].

Водночас у першій редакції Правил продажу товарів магазинами безмитної торгівлі зазначено, що МБТ

здійснює реалізацію товарів за готівку в національній або іноземній валюті, кредитними картками та чеками фізичним особам, а також в безготівковій формі – юридичним особам, які обслуговують пасажирів міжнародних рейсів після проходження ними паспортного та митного контролю [5].

Відобразимо основні моменти з ПКУ, МКУ та Правил продажу товарів магазинами безмитної торгівлі, які регламентують діяльність duty free в Україні (табл. 1).

Водночас дещо інша позиція спостерігається у цій сфері в ЄС. Особливий статус за МБТ прямо не закріплено ані Договорами про ЄС чи Договором про функціонування ЄС, ані консолідованим Митним кодексом країн-членів ЄС. У МБТ ЄС діє система «tax-free», яка відрізняється саме тим, що товар не звільнений від ПДВ для громадян ЄС, але так само для осіб, що не є громадянами ЄС, передбачена можливість отримання повернення вартості ПДВ, для чого заповнюється митна декларація. Така система пов'язана з тим, що в ЄС фактично відсутні кордони. Так, можемо говорити, що товар реалізується на внутрішньому ринку ЄС, а статус відповідних територій як особливих митних зон не виділений. Тож в межах МБТ товари слід вважати реалізованими на митній території відповідної держави [1].

Торговельна марка, використана на товарах, які реалізуються у МБТ, може бути захищена на підставі правової охорони отриманої або в межах ЄС (Community Trademark) або на території держави, за законодавством якої засновано і працює магазин duty-free. Побачити, що таке duty-free, можна не тільки в аеропорту. Часто ці магазини бувають пересувними, розташовуючись на бортах повітряних і морських суден. Є навіть міста-дьюті фрі і дьюті фрі-країни.

Наприклад, у Німеччині часто магазини мають обмеження за загальною сумою покупок: тобто до встановленого ліміту можна купити товар зі значними знижками, а все, що понад, доведеться сплатити за стандартними цінами магазинів на митній території. Більшість магазинів системи не дозволяють купувати понад 10 товарів одного найменування. Пакети, запечатані в duty-free, не можна розкривати до прибуття в кінцевий пункт призначення [10].

Варто також згадати про duty free & travel retail, глобальну галузь із роздрібною торгівлю туристичними товарами, яка в 2017 р. згенерувала річний обсяг роздрібних продажів у розмірі 68,6 млрд дол. США та охоплює продаж товарів міжнародним мандрівникам. Магазины безмитної торгівлі у цій системі звільнюються від сплати певних місцевих або національних податків і зборів, як правило, з вимогою продавати товари лише мандрівникам, які вивезуть їх з країни [4].

Деякі юрисдикції (наприклад, в Європі, що не входить до ЄС, Австралазії, на Близькому Сході та в Латинській Америці) пропонують мандрівникам можливість купувати безмитні товари після прибуття в аеропорт призначення на відповідній території. У таких місцях безмитне прибуття стало важливим джерелом доходу для аеропортів. Роздрібні торговці визнали, що туристична роздрібна торгівля пропонує їм фантастичну можливість просувати свої продукти, підвищувати лояльність клієнтів і залучати нових клієнтів у різних країнах.

Таблиця 1 – **Норми окремих законодавчих та нормативно-правових актів, що регулюють функціонування зон безмитної торгівлі в Україні**

Податковий кодекс України	Митний кодекс України	Правила продажу товарів магазинами безмитної торгівлі
1	2	3
Магазин безмитної торгівлі – заклад торгівлі товарами, що знаходяться в митному режимі безмитної торгівлі відповідно до глав 22 та 60 Митного кодексу України;	Поміщення товарів у митний режим безмитної торгівлі, а також зміна цього митного режиму здійснюється митним органом, у зоні діяльності якого розташований відповідний магазин безмитної торгівлі.	Робота магазину безмитної торгівлі організовується таким чином, щоб забезпечити надходження, зберігання та продаж товарів відповідно до вимог Митного кодексу України (4495-17), Податкового кодексу України (2755-17), інших нормативно-правових актів і цих Правил.
До операцій із ввезення товарів з-за меж митної території України в магазин безмитної торгівлі застосовується умовне повне звільнення від оподаткування за умови дотримання вимог та обмежень, встановлених главою 22 Митного кодексу України;	Товари можуть перебувати в митному режимі безмитної торгівлі протягом всього строку їх придатності для споживання та / або використання. Товари, поміщені в митний режим безмитної торгівлі, протягом всього строку перебування у цьому режимі знаходяться під митним контролем	Продаж товарів магазинами безмитної торгівлі здійснюється громадянам, які виїжджають за межі митної території України, а також пасажиром міжнародних рейсів, які виконуються повітряними та водними транспортними засобами комерційного призначення, що експлуатуються резидентами.
Операції з вивезення товарів з митної території України в магазин без митної торгівлі оподатковуються відповідно до підпункту 195.1.1 пункту 195.1 статті 195 цього Кодексу.	Облік товарів, що постачаються магазинами безмитної торгівлі на повітряні (водні або залізничні) транспортні засоби комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, та повертаються з цих транспортних засобів до магазинів, які постачали ці товари, ведеться утримувачами магазинів безмитної торгівлі окремо від обліку інших товарів, що реалізуються зазначеними магазинами.	Магазини безмитної торгівлі здійснюють торгівлю всіма видами продовольчих і непродовольчих товарів, крім товарів, визначених у частині другій статті 141 (4495-17) та частині четвертій статті 420 (4495-17) Митного кодексу України.
Постачання товарів магазинами безмитної торгівлі може здійснюватися виключно: фізичним особам, які виїжджають за межі митної території України; фізичним особам, які в'їжджають на митну територію України в пунктах пропуску через державний кордон України, відкритих для міжнародного повітряного сполучення; фізичним особам, які переміщуються транспортними засобами, що належать резидентам та знаходяться за межами митного кордону України.	Митний орган, у зоні діяльності якого розташований магазин безмитної торгівлі, затверджує технологічну схему постачання товарів зазначеним магазином на повітряні (водні або залізничні) транспортні засоби комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси.	Магазинами безмитної торгівлі реалізуються товари у пунктах пропуску на пунктах пропуску на митному кордоні України або на транспортних засобах, що виконують міжнародні рейси, фізичним особам, які від'їжджають за кордон, за умови пред'явлення ними документа, який посвідчує особу, з відміткою про проходження митного контролю або належного їм проїзного документа на транспортний засіб, який прямує за межі України.
Не підлягають маркуванню: алкогольні напої і тютюнові вироби, які постачаються для реалізації магазинам безмитної торгівлі безпосередньо вітчизняними виробниками такої продукції за прямими договорами, укладеними між вітчизняними виробниками алкогольних напоїв і тютюнових виробів і власниками магазинів безмитної торгівлі. При цьому переміщення алкогольних напоїв і тютюнових виробів, що спрямовуються виробниками до магазинів безмитної торгівлі, здійснюється під митним контролем із застосуванням заходів гарантування доставки;	Посадова особа митного органу має право перевірити вміст контейнера на будь-якому етапі постачання товарів магазином безмитної торгівлі на повітряний транспортний засіб комерційного призначення та повернути такі товари з транспортного засобу до зазначеного магазину.	Товари, що реалізуються магазином безмитної торгівлі, повинні мати відповідне маркування, яке дає змогу їх легко ідентифікувати. Вид і метод маркування товарів затверджується керівником митного органу, в зоні діяльності якого відкрито магазин.

Продовження табл. 1

1	2	3
Не підлягають маркуванню алкогольні напої і тютюнові вироби, які ввозяться в Україну і розміщуються у митному режимі магазину безмитної торгівлі;	Постачання товарів магазинами безмитної торгівлі на залізничні транспортні засоби комерційного призначення, що виконують міжнародні рейси, для реалізації пасажиром зазначених рейсів здійснюється за умови, що такі транспортні засоби не робитимуть під час здійснення рейсу зупинок на залізничних станціях, розташованих на митній території України".	Магазин безмитної торгівлі відчиняється та зачиняється у присутності посадової особи митного органу. Утримувач магазину безмитної торгівлі забезпечує належні умови для роботи посадової особи митного органу, персоналу магазину, а також вживає заходів для дотримання вимог, установлених законодавством про безпеку праці.

Для задоволення прагнень споживачів до ексклюзивних товарів низка фірм також пропонують спеціальні продукти «роздрібною торгівлі для подорожей», які ексклюзивно пропонуються мандрівникам.

Згідно з регіональним аналізом у 2021 р. обсяг роздрібного ринку туристичних послуг Азіатсько-Тихоокеанського регіону становив 22 542,2 млн дол. США, і прогнозується, що він зростатиме з середньорічним темпом зростання на 16,6 % впродовж 2022-2025 рр. Розширенню ринку в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні також сприяє широка доступність товарів безмитної торгівлі на платформах електронної комерції.

На рис. 1 відображено узагальнену структуру світового роздрібного ринку туристичними товарами (travel retail) у 2021 р. за даними міжнародної аналітичної компанії Research Dive Analysis [4].

Роздрібний канал, відомий як «travel retail», обслуговує міжнародних мандрівників. Він має великий потенціал доходу та різноманітні маркетингові альтернативи. Світова авіаційна та туристична індустрія залежать від безмитної торгівлі та туристичної торгівлі, щоб отримати значні доходи. Кількість мандрівників з-за кордону спричинила значне зростання сектору туристичного ринку роздрібною торгівлі за останні роки.

Очікується, що швидке зростання подорожей і туризму в усьому світі прискорить зростання частки роздрібного ринку туристичних послуг у прогнозованій період часу. Попит на одяг, косметику, продукти харчування та електроніку в індустрії туристичної роз-

дрібною торгівлі зріс у результаті зростання подорожей і туризму. Крім того, зростання урбанізації та зміни способу життя є важливими чинниками, які, як очікується, сприятимуть розширенню тенденції роздрібного ринку туристичних послуг протягом прогнозованих років.

Значною перешкодою для розширення сектору туристичної торгівлі є зміна соціально-економічних умов, викликана різними подіями, такими як терористичні атаки, заворушення та політичні потрясіння. Пандемія COVID-19 також стала вагомою причиною негативних тенденцій в індустрії роздрібною торгівлі, оскільки вона змусила скасувати численні плани подорожей через карантинні заходи та заборону масового скупчення людей. Крім того, це спричинило фінансову кризу, оскільки низка компаній у всьому світі змушені були закритися на кілька місяців. Очікується, що найближчим часом зростанню сектора роздрібною торгівлі туристичними послугами буде перешкоджати нестабільність кон'юнктури на місцевих ринках і суворі державні норми.

Система tax-free призначена для залучення додаткової кількості туристів. Вона передбачає можливість повернення українцям ПДВ, сплаченого, наприклад, у Німеччині. Слід лише знати, що розміри цього податку ФРН на різні групи товарів різні. Мінімальний чек для повернення – 25 євро. Повернення за послуги, наприклад, у разі користування готелями та ресторанами, не здійснюється. Також не повернуть податок з купівлі транспортних засобів, починаючи з автомобіля і закінчуючи яхтою [10].



Рис. 1. Структура світового ринку роздрібною торгівлі туристичними послугами за каналами продажів (станом на 2021 р.)

З 1 січня 2020 р. лише покупки на суму рахунка-фактури 50,01 євро можуть призвести до звільнення від податку з продажу для експорту в некомерційних подорожах для дилера-постачальника. Навіть якщо ви претендуєте на звільнення від сплати податків, спочатку ви сплачуєте повну вартість покупки, включаючи податок з продажів. Продавець може повернути вам ПДВ, як тільки у нього буде підтвердження того, що товар належно експортовано. Однак той же продавець також може залучити сервісну компанію, яка працює на кордоні або в аеропортах. Ця компанія сплачує суму податку після вирахування збору за перероблення в обмін на доставку експортних документів, підтверджених митницею. Обслуговуюча компанія, яка має договірні відносини з продавцем, може отримати відшкодування сплачених сум податку внутрішнім продавцем після пред'явлення експортних документів [1].

Згідно із законодавством ЄС, якщо товар був куплений на території будь-якої країни ЄС та був вивезений за межі його території, то покупець має право на повернення ПДВ. Це є нормальною практикою для будь-якої країни, оскільки, як правило, ПДВ нараховується всередині країни, а в реалізації товарів за межі країни, застосовуються ціни нетто, тобто без ПДВ.

Водночас товари на кордоні повинні бути в тому самому стані, як були куплені в магазині, тобто в оригінальній нерозкритій та непошкодженій упаковці [1].

Україна – єдина європейська країна, де для туристів відсутня опція tax-free. Ще одна стаття доходів держави та частина іміджу, які ми втрачаємо. Більшість іноземців відвідує Україну в поєднанні з якоюсь іншою європейською країною, і логічно, що вони відкладають придбання необхідних товарів саме на цю іншу країну, бо там завдяки tax-free вони заощадять до 20 % вартості придбаних товарів. В Україні передбачено законом повернення ПДВ за експорту, але ця процедура в нашій державі стосується переважно юридичних осіб та все ще залишається доволі бюрократизованою.

Згідно із законодавством України під час отримання відшкодування готівкою клієнт отримує його в еквіваленті у гривні. Так само, якщо клієнт відшкодовує ПДВ з покупок в Італії, то він отримує tax-free у гривнях за курсом покупки банком євро у клієнта. Якщо ж клієнт повертає відшкодування з покупок, здійснених, наприклад, у Польщі, то він втрачає одразу на

двох конвертаціях. Перша – це конвертація польських злотих у євро за курсом компанії «Global Blue» (міжнародна компанія з відшкодування податку на туристичні покупки зі штаб-квартирою в м. Ньон, Швейцарія; лідер у сфері надання податкових відшкодувань, найближчим конкурентом якого є Planet Payment), а друга – це знову ж таки конвертація євро в гривні по курсу покупки банком [1]. На практиці особи, які часто подорожують, повертають відшкодування на картку, а потім витрачають кошти на нові покупки за кордоном. У такому разі клієнт не має необхідності перед черговою поїздкою купувати євро та втрачати маржу між різницею покупок та продажу цієї валюти.

ВИСНОВКИ

Світовий досвід реалізації податкових реформ засвідчив: лібералізація оподаткування є дієвим механізмом зі стимулювання ефективного функціонування та ділової активності підприємницьких структур, обмеження масштабів тіньової економіки, залучення інвестицій та забезпечення економічного зростання.

Отже, аналіз чинного законодавства в Україні свідчить про те, що діяльність МБТ зараз є недостатньо врегульованою. Це є неприпустимим з позиції вітчизняного та міжнародного права та здійснює негативний вплив на міжнародний імідж України, а також стримує розвиток МБТ.

За результатами виконаного дослідження варто наголосити на тому, що необхідно запровадити автоматичну та прозору процедури повернення ПДВ, за прикладом тієї, що функціонує у країнах ЄС, внести нові положення до ПКУ, в яких буде передбачено та детально прописано особливості нарахування ПДВ у разі постачання товарів МБТ, також важливо позбавитись контрабанди. Необхідним є проведення переговорів із вдосконалення наявних угод із вільної торгівлі між Україною та ЄС, зокрема для врегулювання питання правил походження товарів.

Крім того, зараз надзвичайно важливо прийняти окремий нормативно-правовий документ, що буде регламентувати особливості валютного регулювання, готівкового обігу, використання реєстраторів розрахункових операцій та платіжних терміналів магазинами безмитної торгівлі в Україні, щоб вивести їх роботу на якісно новий рівень розвитку у межах всеохоплюючих євроінтеграційних процесів.

Список використаних джерел

1. Tax-free: як ним скористатись. URL: <https://www.polscha.travel/uk/idemo-na-shop%D1%96ng/tax-free-dlia-chogopotr%D1%96bne-%D1%96-iak-nim-skoristatis>
2. Верховна Рада України. VI скликання, 7 сесія. (2010, Груд. 12). Закон № 2755-VI, Податковий кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
3. Данілеян С.А. Оподаткування діяльності магазинів безмитної торгівлі. Фінансове право. 2013. № 3. С. 169–173. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/5141/1/Danieljan.pdf>
4. Звіт про туристичний ринок роздрібною торгівлі. URL: <https://www.researchdive.com/8586/travel-retail-market>
5. Кабінет міністрів України. (2003, Лип. 17). Постанова N 1089, Про затвердження Правил продажу товарів магазинами безмитної торгівлі. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2003-p#Text>
6. Карпова В.В., Костяна О.В. Проблемні аспекти оподаткування та правового регулювання магазинів безмитної торгівлі в Україні. *Економічний розвиток і спадщина Семена Кузнеця*: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, Харків, 31 травня – 1 червня 2018 р. Харків : ХНЕУ імені С. Кузнеця, 2018. С. 65–67. URL: http://repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/19278/1/тези_Карпова_Костяна%20%281%29%20Пробл.%20аспекти.pdf
7. Ключка О.В., Чуницька І.І., Ковальчук М.В. Tax free: світовий досвід та вітчизняна практика URL: http://beses.in.ua/journals/2020/55_2_2020/11.pdf
8. Митний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17#Text>

9. Ремига Ю.С., Марчук В.С., Градиський Ю.О. Віртуальний магазин безмитної торгівлі: чи можливо це в українських аеропортах? *Вісник ХНТУСГ*. 2016. Вип. 167. С. 73–80. URL: <http://journals.uran.ua/index.php/wissn021/article/viewFile/109018/103951>.
10. Торгівля duty-free в Німеччині. URL: <https://migrant.biz.ua/nimechina/zhittya-de/duty-free-v-nimechchyni.html>

References

1. Tax-free: how to use it. URL: <https://www.polscha.travel/uk/idemo-na-shop%D1%96ng/tax-free-dlia-chogo-potr%D1%96bne-%D1%96iak-nim-skoristatis> (in Ukrainian).
2. Verkhovna Rada of Ukraine. VI convocation, 7th session. (2010, December 12). Law No. 2755-VI, Tax Code of Ukraine. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (in Ukrainian).
3. Danilieian S.A. Taxation of duty-free shops. Finance law. 2013. No. 3. pp. 169–173. URL: <http://dspace.nlu.edu.ua/bitstream/123456789/5141/1/Danieljan.pdf> (in Ukrainian).
4. Travel Retail Market Report. URL: <https://www.researchdive.com/8586/travel-retail-market>
5. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2003, July 17). Resolution N 1089, On approval of the Rules for the sale of goods by duty-free shops. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2003-п#Text> (in Ukrainian).
6. Karpova V.V., Kostiana O.V. Problematic aspects of taxation and legal regulation of duty-free shops in Ukraine. *Economic development and legacy of Semen Kuznets: Materials of the international scientific and practical conference*, (Kharkiv, May 31 - June 1, 2018). Kharkiv, 2018. pp. 65–67. URL: http://repository.lneu.edu.ua/bitstream/123456789/19278/1/tezy_Karpova_Kostyana%20%281%29%20Probl.%20aspeky.pdf (in Ukrainian).
7. Kliuchka O.V., Chunyaitska I.I., Kovalchuk M.V. Tax free: world experience and domestic practice URL: http://bse.in.ua/journals/2020/55_2_2020/11.pdf (in Ukrainian).
8. Decree of July 17, 2003 No. 1089 Kyiv "On approval of the Rules for the sale of goods by duty-free shops". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1089-2003-%D0%BF#Text> (in Ukrainian).
9. Remyha Yu.S., Marchuk V.Ye., Hradyskyi Yu.O.. Duty-free virtual store: is it possible in Ukrainian airports? *Herald of KhNTUSG*. 2016. Issue 167. pp. 73–80. URL: <http://journals.uran.ua/index.php/wissn021/article/viewFile/109018/103951> (in Ukrainian).
10. Duty-free trade in Germany. URL: <https://migrant.biz.ua/nimechina/zhittya-de/duty-free-v-nimechchyni.html> (in Ukrainian).

Yuliia ChYRKOVA

PhD in Economics, Associate Professor of department, Lviv Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7315-9520>

e-mail: yuliya.l.chyrkova@lpnu.ua

Oksana ZUZAK

student, Lviv Polytechnic National University

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9175-9148>

e-mail: oksana.zuzak.me.2019@lpnu.ua

FEATURES OF THE FUNCTIONING OF DUTY FREE AND TAX FREE AREAS IN UKRAINE AND THE EUROPEAN UNION

Introduction. In the current conditions of the development of foreign economic relations in Ukraine, the activity of duty-free shops is of particular importance. However, at the moment, the peculiarities of the activity of duty-free shops are practically not covered in the regulatory acts of Ukraine.

The purpose of the paper is to investigate the activity of duty free and tax free in Ukraine, to identify problematic aspects and to propose specific directions for solving the problem.

Results. The special status of duty-free shops is not directly established either by the Treaties on the EU or the Treaty on the Functioning of the EU, nor by the consolidated Customs Code of the EU member states. In EU duty-free shops, the "tax-free" system operates, which differs precisely in that the goods are not exempt from VAT for EU citizens, but at the same time, non-EU citizens are provided with the possibility of receiving a refund of the value of the added tax the value for which the customs declaration is filled out. Such a system is connected with the fact that the EU actually has no borders. Ukraine is the only European country where there is no tax-free option for tourists.

Conclusion. According to the results of the research, it is worth emphasizing that it is necessary to introduce automatic and transparent VAT refund procedures, as in the EU countries, to introduce new provisions to the Tax Code of Ukraine, which will provide for and describe in detail the features of VAT calculation when supplying goods to duty-free shops trade, it is also important to get rid of smuggling. It is necessary to conduct negotiations to improve the existing free trade agreements between Ukraine and the EU, including to settle the issue of the rules of origin of goods.

Keywords: duty-free shops, tax-free areas, Customs Code of Ukraine, Tax Code of Ukraine, travel retail market, border, taxes, European Union, regulation



Павло В'ячеславович BOVK

голова Окружного адміністративного суду Києва

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8187-1849>

e-mail: VovkPC@gmail.com

СПЕЦИФІКА ПРОЦЕСУАЛЬНОЇ ФОРМИ ОСОБЛИВИХ ПРОВАДЖЕНЬ В АДМІНІСТРАТИВНОМУ СУДОЧИНСТВІ: НА ПРИКЛАДІ СПРАВ ЗА ЗВЕРНЕННЯМ ПОДАТКОВИХ ОРГАНІВ

Справи за зверненням податкових органів, передбачені ст. 283 КАС України, становлять самостійний різновид судової процесуальної форми адміністративного судочинства. Відсутність у таких справах спору про право дозволяє цей тип провадження віднести до непозовного. Особливості процесуальної форми відбиваються у формі звернення, строках, обмеженні процесуальних повноважень суду на стадії відкриття провадження, доказовій діяльності, судових рішеннях. Загальне позовне і непозовне провадження за зверненням податкових органів співіснують як альтернативні форми судової легалізації застосування обмежувальних заходів.

Ключові слова: адміністративне судочинство, непозовне провадження, процесуальна форма адміністративного судочинства, особливі провадження в адміністративному судочинстві, справи за зверненням податкових органів

ВСТУП

Незважаючи на урізноманітнення форм і способів захисту і поновлення порушених прав приватних осіб у публічно-правовій сфері, адміністративне судочинство беззаперечно залишається провідним механізмом, який гарантує найвищий ступінь захисту. Водночас суттєві зміни, що відбуваються у публічно-правовій сфері, урізноманітнення і ускладнення спорів, що в ній виникають, вимагають оновлення процесуальної форми адміністративного судочинства. Незважаючи на те, що ст. 12 КАС України єдиною процесуальною формою розгляду і вирішення адміністративних справ визнає позовне провадження, аналіз положень, які встановлюють особливості здійснення судочинства в окремих категоріях справ, дозволяє зробити висновок про існування окремих утворень, які не відповідають її визначальним ознакам. Єдиність процесуальної форми порушується існуванням справ, не пов'язаних зі спором про право. Таких справ не багато, але, зважаючи на специфіку конфігурації публічно-правових спорів, можна припустити, що вони мають потенціал подальшого розширення, виходячи із загальної тенденції посилення судового контролю за діяльністю суб'єктів владних повноважень. Прикладом таких справ є справи, передбачені ст. 283 Кодексу адміністративного судочинства (КАС) України. У цьому дослідженні ми з'ясуємо характерні особливості процесуальної форми розгляду справ за зверненням податкових органів.

Питання про зміст і характер процесуального оформлення діяльності адміністративних судів в Україні, а також удосконалення правового забезпечення процесу розгляду та вирішення справ адміністративної юрисдикції були предметом дослідження у працях окремих вітчизняних учених: В.Б. Авер'янова, В.М. Бевзенка, Ю.П. Битяка, В.К. Колпакова, А.Т. Комзюка, О.В. Кузьменко, Д.М. Лук'янця, О.І. Миколенка, О.В. Музи, Ю.С. Педька, В.Г. Перепелюка, М.М. Тищенко та ін. Деякі різновиди адміністративних проваджень

досліджено у роботах Д.В. Роженка, М.І. Цуркана (письмове провадження), Д.В. Кузнецова (скорочене провадження), І.В. Завальнюка (спрошене провадження), М.М. Аракеяна, О.В. Бачернікова, О.А. Журавського, В.О. Коваль, К.В. Мінаєвої, Я.С. Рябченка, Т.М. Савон, М.І. Смоковича (особливі провадження) та ін. Однак рухливість меж адміністративного права, його гуманізація дає підстави для перегляду догматичного контексту змісту адміністративної процесуальної форми, спонукає до роздумів стосовно уніфікації та диференціації процесуальної форми адміністративного судочинства, виокремлення специфічних рис процесуальної форми окремих проваджень.

МЕТА роботи – з'ясування специфіки та особливостей процесуальної форми особливих проваджень в адміністративному судочинстві на прикладі справ за зверненням податкових органів. Досягнення зазначеної мети можливе за умови встановлення правової природи справ за зверненням податкових органів, визначення спільних й відмінних рис із іншими не позовними провадженнями, а також моделювання напрямків їх подальшого розвитку.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічну основу дослідження становить система філософських, загальнонаукових та спеціальних методів наукового пізнання, характерних для правової науки взагалі, та адміністративного судочинства, зокрема. Застосування системи цих методів зумовлено специфікою порушеної проблематики та дозволило забезпечити достовірність отриманих результатів, коректність сформульованих висновків, вирішення окреслених задач та досягнення поставленої мети. Концептуально наше дослідження виходить насамперед з діалектичного підходу, що дозволяє розглядати явища в їх динаміці та взаємозв'язку з об'єктивними реаліями сьогодення. Діалектика як метод є не формальною сукупністю певних принципів, а їхньою системою, поданою у формі моментів живого руху мис-

лення, серед яких основними є початок, поступальність, кінцевий результат. Застування саме діалектичного підходу до дослідження процесуальної форми дозволить всебічно проаналізувати цю категорію. Крім того, використано формально-догматичний метод (завдяки якому досліджено спеціалізовану літературу на нормативно-правові акти), метод класифікації (дозволив виокремити особливі неперозовні провадження в адміністративному судочинстві), логічні методи аналізу та синтезу, системно-структурний метод, порівняльний методи (застосовувався у дослідженні норм КАС України та Цивільного процесуального кодексу (ЦПК) України та порівнянні неперозовного провадження у цивільному та адміністративному судочинстві).

РЕЗУЛЬТАТИ

Тісний зв'язок цивільного і адміністративного процесів, зумовлений єдиною логікою розвитку змагального судового процесу, ставить питання про можливість розгляду особливих неперозовних проваджень адміністративного судочинства у контексті аналогічних різновидів цивільної процесуальної форми.

Здійснений нами аналіз норм КАС і ЦПК України дозволив дійти висновку, що загальні ознаки неперозовних цивільних проваджень загалом відповідають двом категоріям справ адміністративної юрисдикції: 1) справи за зверненням Служби безпеки України із включення фізичних осіб, юридичних осіб та організацій до переліку осіб, пов'язаних з провадженням терористичної діяльності або до яких застосовано міжнародні санкції, виключення фізичних осіб, юридичних осіб та організацій з такого переліку та надання доступу до активів, що пов'язані з тероризмом та його фінансуванням, розповсюдженням зброї масового знищення та його фінансуванням (ст. 284); 2) справи за зверненням податкових та митних органів (ст. 283). Це дозволяє говорити про те, що досліджувані провадження адміністративного судочинства можуть бути визначені як неперозовні. Водночас очевидного зв'язку з окремим чи наказним провадженням цивільного судачинства процесуальна форма розгляду і вирішення зазначених категорій адміністративних справ немає.

Зазначимо, що неперозовні провадження є надбанням саме змагального судового процесу. Їхній розвиток є відбиттям пошуку оптимізації процесуальної форми, зокрема, можливостей її спрощення і приведення у відповідність завданням, що вирішуються в ході легалізації неоспорюваних фактів. Справи, не пов'язані зі спором про право, у цивільних дослідженнях історичного спрямування розглядають як результат розширення меж державного контролю над суспільним життям, оскільки об'єктивно існуючі процеси життєдіяльності людини і суспільства потребували встановлення юридичних фактів, які давали б підстави для виникнення конкретних, переважно майнових, прав особи в майбутньому [1, с. 22; 2, с. 152]. Еволюційний розвиток неперозовних проваджень у цивільному процесі, які тривалий час розвивалися в різних історичних та соціально-політичних контекстах, дозволив поступово викристалізувати два типи неперозовних проваджень: наказне і окреме. І незважаючи на те, що ці типи провадження характеризуються найбільшою «рухомістю» процесуальної форми й змінюваністю сфери

поширення, цивільністичною доктриною загалом сформовано їх теоретичні засади, незважаючи на те, що дискусії з окремих питань прояву їхньої сутності все ще продовжуються.

Спільною рисою наказного і окремого провадження у цивільному процесі вважається відсутність спору про право. Так, суд не може розглядати справу в порядку окремого провадження, якщо із заяви вбачається спір про право [2]. Згідно з ч. 1 ст. 293 ЦПК України окреме провадження – це вид неперозовного цивільного судочинства, в порядку якого розглядаються цивільні справи про підтвердження наявності або відсутності юридичних фактів, що мають значення для охорони прав, свобод та інтересів особи або створення умов здійснення нею особистих немайнових чи майнових прав, або підтвердження наявності чи відсутності неоспорюваних прав.

Відповідний порядок застосовується, зокрема, якщо встановлення такого факту не пов'язується з подальшим вирішенням спору про право. Юридичні факти може бути встановлено лише для захисту, виникнення, зміни або припинення особистих чи майнових прав самого заявника [3].

Водночас їх загальна спрямованість цілком вкладається у завдання суду здійснити захист інтересів учасників цивільних правовідносин шляхом встановлення фактів, що стосуються уточнення правового статусу особи чи майна. Наявність чи відсутність прав у зацікавлених осіб під час здійснення неперозовних проваджень перебувають поза межами предмету розгляду судом, тому вважається, що справи неперозовного провадження є нескладними, а процесуальний порядок їх розгляду і вирішення – спрощеним [4, с. 34]. Водночас наказне й окреме провадження мають і досить суттєві відмінності, які дозволяють розглядати їх як два самостійні різновиди неперозовного провадження.

За виключенням окремих доповнень і уточнень процесуальні сходяться у визначенні окремого провадження як виду неперозовного цивільного судачинства, в порядку якого розглядаються цивільні справи про підтвердження наявності або відсутності юридичних фактів, що мають значення для охорони прав, свобод та інтересів особи або створення умов здійснення нею особистих немайнових чи майнових прав або підтвердження наявності чи відсутності неоспорюваних прав. Систематизація наявних підходів до визначення сутності цього різновиду неперозовного цивільністичного провадження дозволяє виокремити такі його ознаки: 1) відсутність спору про право, яке не виключає наявності спору про факт; 2) об'єкт судового захисту – охоронюваний законом інтерес як потреба та прагнення користування конкретним матеріальним та (або) нематеріальним благом; 3) захист охоронюваного законом інтересу здійснюється судом шляхом ухвалення рішення про підтвердження наявності або відсутності юридичних фактів, що мають значення для охорони прав, свобод та інтересів особи або створення умов здійснення нею особистих немайнових чи майнових прав або підтвердження наявності, чи відсутності неоспорюваних прав [5, с. 91-92]; 4) спрощення процесуальної форми; 5) необмеженість кола справ, до яких можуть застосовуватися правила окремого провадження.

Наказне провадження порівняно з окремим характеризується значно вужчим колом питань, що може бути вирішено у судовому порядку із застосуванням цієї процесуальної форми, і набагато гострішими суперечками стосовно визначеності його правової природи. Серед дослідників, які заперечують можливість розгляду наказного провадження як самостійної процесуальної форми непозовного провадження цивільного судочинства сформульовано такі підходи до розуміння його правової природи: 1) допоміжна, факультативна, альтернативна стадія цивільного судочинства [6, с. 561]; 2) процедура прийняття розпорядження судді, не пов'язана зі здійсненням правосуддя [7, с. 73-74]; 3) процесуальна процедура, що здійснюється суддею з метою прискореного захисту права заявника і встановлення спірності чи безспірності пред'явленої вимоги [8]. Натомість чимало фахівців розглядають наказне провадження саме як різновид непозовного провадження, включений в структуру цивільного процесу. Серед запропонованих визначень найбільш точним видається подання наказного провадження як самостійного, спрощеного особливого виду цивільних проваджень, де заявник, використовуючи документальні докази, доводить судові право вимоги до боржника, який не виконує зобов'язань з договору чи за законом [9, с. 123]. Ознаками, які притаманні наказному провадженню як самостійному різновидові непозовних проваджень, є: 1) об'єкт судового захисту – очевидні майнові права стягувача; 2) опосередкований зв'язок з відносинами, що мають ознаки спору про право (звернення до суду зумовлено наявним спором про цивільні майнові права, але суд не є предметом судового розгляду); 3) документарність доказової діяльності судді; 4) виключність застосування до обмеженого кола питань; 5) екстраординарне спрощення процесуальної форми.

Однією з категорій справ непозовного провадження в адміністративному судочинстві є справи, передбачені ст. 283 КАС України і пов'язані зі зверненням податкових органів. Належність цих справ до окремої групи впливає із комплексу обставин змістовного і формального характеру. Аналіз законодавства України дозволяє дійти до висновків, що справи, передбачені ст. 283 КАС України, – особливі. По-перше, звернення до адміністративного суду відбувається через подання заяви, яка не є позовною заявою, а становить окремий різновид заяв по суті справи. По-друге, п. 2 ч. 4 ст. 283 прямо вказує, що провадження за заявою податкових і митних органів не пов'язано зі спором про право. По-третє, ч. 5 ст. 283 КАС України встановлює, що повторне звернення до адміністративного суду тих саме суб'єктів з тими самими вимогами можливе, але водночас розгляд справи буде відбуватися за загальними правилами, тобто в порядку позовного провадження. Також варто вказати на сформульовану у Постанові Верховного Суду від 26 червня 2020 р. у справі № 280/2993/19 правову позицію, згідно з якою податковий орган самостійно визначає порядок звернення до адміністративного суду: в загальному порядку або відповідно до ст. 283 КАС України з метою термінового розгляду [10], тобто Верховний Суд також визнає існування двох типів провадження за зверненням податкових та митних органів: позовного і непозовного.

Аргументом на користь того, що досліджуваний тип провадження в адміністративному судочинстві є саме непозовним, можна вважати відсутність у таких справах спору про право і закріплення цієї ознаки як спеціальної підстави відмови у відкритті провадження за заявою податкового органу.

Звернення до досвіду цивілістів з питання встановлення наявності спору про право також не в змозі усунути усі суперечності. Так, наприклад, пропонується розглядати спір про право у жорсткій прив'язці до конкретних матеріальних правовідносин. Цей підхід ґрунтується на твердженні, що предметом судової діяльності виступають або матеріальні правовідносини, або юридичні факти, і саме предмет судової діяльності є визначальним чинником належності справи до позовного або непозовного провадження. Але такий критерій встановлення наявності спору про право не є абсолютним. Як наголошує В.В. Комаров, у непозовному провадженні предметом судової діяльності виступають юридичні факти, але хибним є твердження, що предмет судової діяльності в позовному провадженні зводиться виключно до правовідносин. У позовному провадженні предметом судової діяльності є також юридичні факти, але його особливість виявляється в тому, що ці юридичні факти водночас є підставою правовідносин, з яких виник спір про право [1, с. 24]. Так, рішення адміністративного суду про наявність у справі непозовного провадження, ініційованої податковими органами, спору про право, має ґрунтуватися не лише на твердженнях цих органів, які вимагають встановити і зафіксувати факт – підставу вжиття обмежувальних заходів до платника податків, але й переконатися в тому, що зазначені факти одночасно не породжують спірних правовідносин.

З'ясовуючи питання про наявність чи відсутності спору про право, адміністративний суд має перевірити наявність обставин, що є підставою для вжиття податковими органами обмежувальних заходів. У цьому зв'язку слід звернутися до наукового висновку, наданого А.О. Монаснко. Аналізуючи зміст діяльності адміністративних судів зі встановлення фактів, що зумовлюють вимогу податкового органу про підтвердження обґрунтованості адміністративного арешту майна платника податків, він зазначає, що для вирішення такої справи адміністративний суд має встановити: 1) наявність однієї або декількох обставин, визначених у ч. 94.2 ст. 92 Податкового кодексу (ПК) України [11], факт наявності яких (якої) має бути доведений податковим органом; 2) додержання податковим органом строку подання заяви протягом 24 годин з моменту встановлення обставин, що зумовлюють звернення до суду (ч. 2 ст. 283 КАС України); 3) додержання податковим органом вимог до заяви у письмовій формі, зазначених у пунктах 1-6 ч. 2 ст. 283 КАС України [12, с. 27]. Так, суд перевіряє фактологічне обґрунтування наявності обставин, передбачених ПК України, (матеріальний аспект) і дотримання податковим органом вимог КАС України до ініціювання непозовного провадження (процесуальний аспект).

Характерною рисою провадження у справах, передбачених ст. 283 КАС України, є пов'язаність із загальним позовним провадженням. По суті, одне й те саме питання, хоча із застереженнями стосовно пред-

мету і меж доказової діяльності адміністративного суду і сторін, може розглядатися як в позовному, так і непозовному провадженні. Характер зв'язку між позовним і непозовним провадженням у справах за зверненням податкових органів визначається по-різному. З одного боку, виходячи із формально-догматичного трактування змісту ст. 283 КАС України, позовне провадження у таких справах можливе лише за умови, якщо податковий орган звертався із заявою, але отримав відмову у відкритті непозовного провадження. Інакше кажучи, непозовне провадження є основною формою вирішення такого роду справ, а також є умовою, своєрідним допуском, до розгляду справи у позовному провадженні. Такого погляду дотримується А.О. Монаєнко, який відзначає, що податковий орган у тлумаченні ч. 5 ст. 283 КАС України не має права звертатися до суду з вимогою про підтвердження обґрунтованості адміністративного арешту майна платника податків у загальному порядку після залишення попередньої заяви із такою вимогою без розгляду, оскільки це право у податкового органу виникає у разі відмови у відкритті провадження у справі за заявою [12, с. 28].

З іншого боку, загальне позовне і непозовне провадження за зверненням податкових органів співіснують як альтернативні форми судової легалізації застосування обмежувальних заходів і суб'єкт владних повноважень самостійно обирає ту форму, яку вважає більш прийнятною для вирішення питання. Таку думку поділяє, зокрема, О.В. Ільницький [13, с. 198], і саме вона, як виявляється, дозволяє правильно визначити природу непозовного провадження за ст. 283 КАС України з урахуванням завдань і принципів адміністративного судочинства.

Варто зазначити, що особливості провадження у справах, передбачених ст. 283 КАС України зумовлюють низку питань теоретичного і правозастосовного характеру, пов'язаних із доказуванням. Так, наприклад, вичерпний перелік підстав арешту майна платника податків передбачений ПК України: 1) платник податків порушує правила відчуження майна, що перебуває у податковій заставі; 2) фізична особа, яка має податковий борг, виїжджає за кордон; 3) платник податків відмовляється від проведення документальної або фактичної перевірки, за наявності законних підстав для її проведення, або від допуску посадових осіб контролюючого органу; 4) відсутні дозволи (ліцензії) на здійснення господарської діяльності, а також у разі відсутності реєстраторів розрахункових операцій, зареєстрованих у встановленому законодавством порядку, крім випадків, визначених законодавством; 5) відсутня реєстрація особи як платника податків у контролюючому органі, якщо така реєстрація є обов'язковою, або коли платник податків, який отримав податкове повідомлення або має податковий борг, вчиняє дії з переведення майна за межі України, його приховування або передачі іншим особам; 6) платник податків відмовляється від проведення перевірки стану збереження майна, яке перебуває у податковій заставі; 7) платник податків не допускає податкового керуючого до складення акта опису майна, яке передається в податкову заставу; 8) платник податків відмовляється від проведення інвентаризації основних засобів, товарно-мате-

ріальних цінностей, коштів (зняття залишків товарно-матеріальних цінностей, готівки) [11].

Зазначені обставини і є тими фактами, що має бути встановлено адміністративним судом в ході непозовного провадження. Водночас докази, аргументи, пояснення, надані особою, до якої це провадження здійснюється, лише в тому випадку засвідчуватимуть наявність спору про право і необхідність розгляду справи у позовному провадженні, якщо вони спростовують факти, на яких ґрунтується вимога податкового органу. Як наголошує Ю.П. Битяк, діяльність суду спрямована на перевірку легітимності документа, що передбачає оцінювання поведінки не стільки особи, до якої застосовується примусовий захід, скільки дотримання представником влади вимог, які ставляться до правових актів управління [14, с. 79-80]. Слід зауважити, що у випадку, якщо докази, надані податковим органом на підтвердження факту, передбаченого ч. 94.2 ст. 92 ПК України, не дозволяють зробити однозначний висновок з його наявності – це є підставою для відмови у задоволенні вимог заявника. Спірним є питання до реалізації активної ролі адміністративного суду у справах непозовного провадження, зокрема, передбаченої ст. 283 КАС України. Виходячи з принципу офіційного з'ясування обставин справи, суд має вжити усіх заходів, зокрема до виявлення та витребування доказів з власної ініціативи. Водночас, вирішуючи питання про реалізацію такого повноваження судом, слід врахувати, по-перше, обмеженість строку провадження, по-друге, предмет доказування, який повністю перебуває у володінні податкового або митного органу. Так, можна зробити висновок, що витребування доказів судом у непозовному провадженні у справах, передбачених ст. 283 КАС України, є допустимим лише у виключних випадках.

Характеризуючи засоби доказування у досліджуваній категорії справ можна зробити висновок з абсолютного переважання письмових доказів (окрім справ стосовно недопуску). У поєднанні з основною функцією непозовного провадження за ст. 283 КАС України у швидкому вирішенні питання, а також із загальною спрямованістю на стягнення боргу, це дозволяє говорити про наявність ознак, характерних для наказного провадження. Універсальність досліджуваної процесуальної форми стосовно вирішення досить широкого, але конкретизованого в закритого переліку питань, говорить і про наявність ознак окремого провадження.

ВИСНОВКИ

Особливості процесуальної форми непозовного провадження у справах, передбачених ст. 283 КАС України, є відбиттям його мети і отримали вираз в такому: 1) скорочення строку звернення до суду із заявою (24/48 год з моменту встановлення обставин, що зумовлюють звернення до суду), строку усунення недоліків заяви (24 год), строку розгляду і вирішення справи (96 год з моменту встановлення обставин, що зумовлюють звернення заявника до суду); 2) обмеженість правомочностей суду на стадії відкриття провадження (не передбачено можливості залишення заяви без розгляду); 3) неможливість застосування процесуального режиму письмового провадження; 4) особливості предмету і засобів доказування; 5) спеціальні

вимоги до апеляційного оскарження судових рішень.

Отже, справи, передбачені ст. 283 КАС України, становлять самостійний різновид судової процесуальної форми, що реалізується в межах адміністративного

судочинства. Особливе (непозовне) провадження адміністративного судочинства не є однорідним утворенням і поєднує в собі дві самостійні процесуальні форми вирішення справ безспірною характеру.

Список використаних джерел

1. Окреме провадження: монографія / за ред. В.В. Комарова. Харків. Право, 2011. 312 с.
2. Свідерська М.В. Історичні аспекти спрощення цивільного судочинства у країнах Європи. *Актуальні питання реформування правової системи України*: зб. наук. статей за матеріалами II Міжвузівської наук.-практ. конференції (Луцьк, 27–28 травня 2005 р.). Луцьк. Вежа, 2005. С. 151-155.
3. Постанова Верховного Суду від 22 квітня 2020 року у справі № 200/14136/17 (провадження № 61-15965св19) URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/88909705>
4. Колос А. Теоретичні проблеми спрощеного провадження у цивільному процесі. *Цивільне право і процес*. 2019. С. 32-35.
5. Балюк Т.М. Юридична природа окремого провадження у справах про надання права на шлюб. *Вісник Ужгородського національного університету*. Серія «Право». 2021. № 64. С. 88-93.
6. Цивільний процесуальний кодекс України: науково-практичний коментар: у 2 т. / за заг. ред. С.Я. Фурси. Київ, 2006. 912 с.
7. Цивільне процесуальне право України / за заг. ред. С.С. Бичкової. Київ, 2009. 760 с.
8. Вербіцька М.В. Наказне провадження у цивільному процесі України: дисертація ... канд. юрид. наук: 12.00.03. Львів. 2011. 231 с.
9. Труфанова Ю., Голова В. Наказне провадження як спрощена форма розгляду цивільних справ. *Актуальні проблеми правознавства*. 2020. Вип. 2 (22). С. 119-124. URL: <http://appj.wunu.edu.ua/index.php/appj/article/view/1008/pdf>
10. Постанова Верховного Суду від 26 червня 2020 року у справі № 280/2993/19. URL: <https://zakononline.com.ua/court-practice/show/14605>
11. Податковий кодекс України: Закон України від 2.12.2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
12. Збірник правових позицій Верховного Суду та висновків членів Науково-консультативної ради з оподаткування та публічної фінансової політики / упоряд. М.І. Смокович, та ін. Київ, 2022. 264 с.
13. Ільницький О. Характеристика правового спору з позицій концепції правовідношення. *Вісник Академії правових наук України*. 2012. № 3 (70). С. 195-203.
14. Битяк Ю. Процесуальна форма відправлення правосуддя в спорах за участю суб'єкта владних повноважень. *Право України*. 2006. № 10. С. 79–80.

References

1. Separate proceedings: monograph / ed. V.V. Komarov. Kharkiv, 2011. 312 p. (in Ukrainian).
2. Sviderska M.V. Historical aspects of simplification of civil proceedings in Europe. *Topical Issues of Reforming the Legal System of Ukraine*: collection of scientific articles based on the materials of the II Interuniversity Scientific and Practical Conference (Lutsk, May 27–28, 2005). Lutsk, 2005. pp. 151-155. (in Ukrainian).
3. Resolution of the Supreme Court of April 22, 2020 in the case № 200/14136/17 (№ 61-15965sv19) URL: <http://www.reyestr.court.gov.ua/Review/88909705> (in Ukrainian).
4. Kolos A. Theoretical problems of simplified proceedings in civil procedure. *Civil law and procedure*. 2019. pp. 32-35. (in Ukrainian).
5. Baliuk T.M. The legal nature of separate proceedings in cases of granting the right to marry. *Bulletin of Uzhhorod National University*. Series "Law". 2021. № 64. pp. 88-93. (in Ukrainian).
6. Civil Procedure Code of Ukraine: scientific and practical commentary: in 2 vol. / ed. S.Ya. Fursa. Kyiv, 2006. 912 p. (in Ukrainian).
7. Civil Procedure Law of Ukraine / ed S.S. Bychkova. Kyiv, 2009. 760 p. (in Ukrainian).
8. Verbitska M.V. Order proceedings in civil procedure of Ukraine: diss. ... PhD in legal sciences: 12.00.03. Lviv. 2011. 231 p. (in Ukrainian).
9. Trufanova Y., Holova V. Order proceedings as a simplified form of consideration of civil cases. *Actual problems of jurisprudence*. 2020. Issue. 2 (22). pp. 119-124. URL: <http://appj.wunu.edu.ua/index.php/appj/article/view/1008/pdf> (in Ukrainian).
10. Resolution of the Supreme Court of June 26, 2020 in the case № 280/2993/19. URL: <https://zakononline.com.ua/court-practice/show/14605> (in Ukrainian).
11. Tax Code of Ukraine: Law of Ukraine of 2.12.2010. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (in Ukrainian).
12. Collection of legal positions of the Supreme Court and conclusions of the members of the Scientific Advisory Council on Taxation and Public Financial Policy / eds. M.I. Smokovych et al. Kyiv, 2022. 264 p. (in Ukrainian).
13. Ilnytskyi O. Characteristics of a legal dispute from the standpoint of the concept of legal relations. *Bulletin of the Academy of Legal Sciences of Ukraine*. 2012. № 3 (70). pp. 195-203. (in Ukrainian).
14. Bytiak Yu. Procedural form of administration of justice in disputes involving the subject of power. *Law of Ukraine*. 2006. № 10. pp. 79–80. (in Ukrainian).

Pavlo VOVK

Head of the District Administrative Court of Kyiv

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8187-1849>

e-mail: VovkPC@gmail.com

THE SPECIFICITY OF THE PROCEDURAL FORM OF SPECIAL PROCEEDINGS IN ADMINISTRATIVE PROCEEDINGS: ON THE EXAMPLE OF CASES AT THE REQUEST OF TAX AUTHORITIES

Introduction. The unity of the procedural form in administrative proceedings is violated by the existence of cases not related to a legal dispute. There are not many such cases, but given the specifics of the configuration of public-law disputes, it can be assumed that they have the potential for further expansion, based on the general trend of strengthening judicial control over the activities of subjects of power. An example of such cases are the cases provided for in Art. 283, CAS of Ukraine.

The purpose of the paper is to find out the specifics and features of the procedural form of special proceedings in administrative proceedings on the example of cases at the request of tax authorities.

Results. The appropriateness of cases related to the appeal of tax authorities to a separate group results from a complex of circumstances of a substantive and formal nature. The analysis of the legislation of Ukraine allows us to come to the conclusion that the cases provided for in Art. 283 CAS of Ukraine are special. An argument in favor of the fact that the investigated type of proceedings in administrative proceedings is non-suitable can be considered the absence of a dispute about the right in such cases and the establishment of this feature as a special reason for refusing to open proceedings at the request of the tax authority. A characteristic feature of proceedings in cases provided for by Art. 283 of the Civil Code of Ukraine, there is a connection with the general claim proceedings. In essence, the same issue, although with reservations regarding the subject matter and limits of the evidentiary activity of the administrative court and the parties, can be considered both in actionable and non-actionable proceedings. General actionable and non-actionable proceedings at the request of tax authorities coexist as alternative forms of judicial legalization of the application of restrictive measures, and the subject of authority independently chooses the form that it considers more acceptable for solving the issue. And it is this feature that allows you to correctly determine the nature of non-claim proceedings under Art. 283 of the CAS of Ukraine, taking into account the tasks and principles of administrative proceedings.

Conclusion. Thus, cases provided for by Art. 283 of the Civil Procedure Code of Ukraine constitute an independent type of judicial procedural form that is implemented within the framework of administrative proceedings – a special non-suitable proceeding.

Keywords: administrative proceedings, non-suitable proceedings, procedural form of administrative proceedings, special proceedings in administrative proceedings, cases at the request of tax authorities



Саміра Тимофіївна **ПЛЕЦЬКА**
д.е.н., професор, Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3638-3002>
e-mail: 0508486185@ukr.net



Мирослава Олександрівна **АНУФРІЄВА**
студентка, Національний авіаційний університет
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9207-1513>
e-mail: 5247224@stud.nau.edu.ua

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЕКОНОМІКИ ЗНАНЬ: ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД

Зазначено, що у сучасних економічних умовах успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від його конкурентної позиції. Акцентовано, що сформована конкурентна стратегія вирішує цілий комплекс завдань, орієнтованих на дослідження довкілля, сегментів ринку, діяльності конкурентів та можливостей підприємства, що дозволить підприємству залишатися гнучким і водночас мати високий рівень фінансової стійкості, платоспроможності, забезпечити високу його вартість, ефективність виробничих процесів та якість продукції, високу конкурентоспроможність на відповідному ринку.

Ключові слова: стратегія, конкурентна стратегія, підприємство, економіка знань, фактори впливу, зовнішнє середовище

ВСТУП

У сучасних економічних умовах успіх будь-якого підприємства багато в чому залежить від його конкурентної позиції. Стійка конкурентоспроможність дозволяє підприємствам не тільки перемагати у ринковій боротьбі, а й своєчасно вживати заходів з реагування на зміни зовнішнього середовища. Результативна конкурентна стратегія дозволяє отримати на виході унікальний продукт, ціна, якість та властивості якого будуть відповідати запитам споживачів. Водночас важливо розуміти, що довгострокове планування діяльності підприємства, безпосередньо пов'язана з освоєнням нових технологій та наявністю необхідної ресурсної бази, адже саме вони грають визначальну роль у підвищенні його прибутковості та вартості. Новий технологічний уклад та високі наукові технології супроводжуються застосуванням інновацій у виробництві, але водночас й скороченням корисного терміну використання продукції. Тому процеси конкурентної боротьби ускладнюються, з'являються її нові форми і відкриваються недоступні раніше можливості.

Вагомий науковий внесок у розроблення теоретико-методичних засад формування конкурентної стратегії підприємств внесли такі науковці, як Є.А. Бельтюков, Л.А. Некрасова, Є.А. Бельтюков [3], Ю.Б. Иванов, О.Ю. Иванова [4], Л.В. Кривенко, В.М. Милашенко, С.В. Кривенко [5], Т.І. Лепейко, Д.В. Кіпа [6], О.В. Цимбаліст [12], С.Ф. Смерічевський, О.В. Ареф'єва, С.Т. Пілецька [10] та ін. Кожен науковець пропонує власне розуміння процесу формування конкурентної стратегії, подає власне бачення методичного інструментарію аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища, вибору оптимальної стратегічної альтернативи, акцентуючи увагу на тому чи іншому етапі розроблення конкурентної стратегії. Проте висвітленню формування конкурентної стратегії підприємства в умовах економіки знань приділено недостатньо уваги, що й потребує більш глибокого вивчення.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

У процесі дослідження використано такі методи, як аналіз, синтез, порівняння, описово-аналітичний, системно-структурний.

МЕТА статті – обґрунтування теоретичних положень з формування конкурентної стратегії підприємства.

РЕЗУЛЬТАТИ

Сучасній економіці притаманні такі процеси, як спеціалізація праці, глобалізація, інформатизація, гнучкий менеджмент, які обумовлені новим технологічним укладом, високими науковими технологіями, які супроводжуються застосуванням інновацій у виробництві.

Система національного виробництва ставить підприємства перед вибором конкретного напрямку діяльності та ніші на регіональному, вітчизняному та світовому ринку. Відповідно до обраної позиції повинні виявлятися переваги підприємства, які надалі стануть основою для розроблення конкурентної стратегії.

Глобальне поле інформації та технологій, що поєднують різні сторони світу, роблять самостійну роботу підприємства мало ефективною в конкурентній боротьбі. Об'єднання потенціалу кількох підприємств, взаємовигідна співпраця, створення кластерів мають синергетичний ефект, що постійно зростає.

Інформаційна економіка дає більше можливостей для виходу на нові ринки, просування та популяризації продукції, але водночас інновації роблять уразливими бази даних з цінною інформацією. Нові технології в межах інформаційної економіки дозволяють підприємствам знижувати собівартість продукції, підвищувати її якість, забезпечувати ріст вартості підприємства.

Зростає швидкість реакції на зміни зовнішнього середовища, надзвичайно важливим стає довгострокове планування та побудова конкурентної стратегії. Увага приділяється внутрішній інтеграції підрозділів підприємства, прийняттю спільних стратегічних рішень.

Отже, конкурентна стратегія підприємства повинна

забезпечувати раціональний розподіл обмежених ресурсів з метою досягнення поставленої мети та переваги над підприємствами-конкурентами. Ефективна конкурентна стратегія дозволяє підприємству зайняти більш стійке становище на конкурентному ринку, залучити нових та утримати старих споживачів, розширити ринки збуту продукції, підвищити її якість та загалом досягти лідерства в обраній ніші, збільшивши вартість підприємства та його прибуток.

Визначення місця в економіці та галузі спеціалізації виробництва дозволяє підприємству створити індивідуальні переваги з орієнтацією на потреби ринку. За цих умов буде досягнуто балансу функціонування на всіх рівнях управління та використано нові методи та технології у виробництві, що підвищить конкурентоспроможність підприємства та продукції.

Стимулюючий характер конкуренції висуває на перше місце ефективну кооперацію, оскільки, використовуючи її, можна значно знизити витрати на розроблення та виробництво продукції, підвищити її якість, збільшити корисні властивості та розширити збут. Так, сучасна конкурентна стратегія у вигляді сумування сильних сторін різних суб'єктів сприяє підвищенню наукомісткості та високотехнологічності виробництва та продукції підприємств.

Досягнення стратегічних комерційних цілей і здатність ефективно функціонувати протягом тривалого часу покладено в основу конкурентоспроможності, яка для підприємства за своїми унікальними властивостями перевершує існуючу на ринку і є привабливішою для споживачів у певному сегменті економіки у тривалому періоді. Її визначає низка факторів, центральним серед яких є конкурентоспроможність продукції (рис. 1).

Особливо цінними для виробничого підприємства є стратегії, що ґрунтуються на зниженні витрат виробництва та використанні диференціації продукції як ключових конкурентних переваг. Так, можна виділити три узагальнені типи конкурентних стратегій: стратегії мінімізації та фокусування на витратах, стратегії фокусування на широких або вузьких сегментах ринку, стратегії фокусування на сегменті ринку та диверсифікації.

Підприємства, які обрали перший тип стратегій, зазвичай мають широку сферу діяльності, великий асортимент продукції і представлені на кількох сегментах ринку. Їм набагато простіше, ніж іншим організаціям, йти цим шляхом, оскільки можна ефективніше управляти загальними витратами виробництва. Для того щоб стати лідером на ринку, використовуючи цю стратегію, необхідно, щоб низькі витрати були відносно стабільними за ключовими напрямками діяльності підприємства, але, незважаючи на це, існує багато ризиків, які можуть призвести до втрати позицій серед конкурентів.

У виборі стратегії фокусування на сегменті ринку або кількох сегментах підприємство зосереджує всі свої зусилля та спрямовує кошти на їх розвиток. Водночас обрана ніша на ринку має відрізнятися перспективністю, потенціалом до зростання, а підприємство мати достатню кількість ресурсів і набір технологій, які допоможуть запобігти негативному впливу зовнішнього середовища та діяльності конкурентів на при-

бутковість підприємства.

Стратегія диференціації пов'язана з унікальністю кінцевого продукту і такими його властивостями, які мають високу цінність для споживачів. Ставка робиться на якісні характеристики, технічні переваги, що зумовлює підвищення вартості продукції. Відмінні риси та нетипові для товару властивості дозволяють збільшити прибуток, підвищити конкурентоспроможність підприємства, що позитивно впливає на вартість підприємства та збільшення сегменту ринку.

Стратегія диверсифікації спрямована на виробництво абсолютно нової продукції з використанням перових технологій. Вона спирається на високоєфективні процеси випуску товарів, що досягаються у модернізації та застосуванні інновацій у виробництві. Така стратегія потребує високих витрат, але забезпечує надійне становище підприємства в нових сегментах.

Зауважимо, що недостатньо сформувані і приступити до реалізації конкурентної стратегії, важливо побудувати її так, щоб якісно відрізнитися від підприємств-конкурентів на ринку, здійснювати її системно і послідовно, зводячи до мінімуму ризику, що загрожують успіху.

Щоб розробити конкурентну стратегію, необхідно побудувати систему дій, що дозволяє досягти економічної ефективності та результативності. Тому насамперед слід керуватися правилами побудови ефективної конкурентної стратегії: використання власного досвіду. Стратегія має бути не лише спрямована на перспективу, а й враховувати ті здобутки підприємства, які вже зроблено. Водночас аналіз внутрішнього середовища підприємства дозволить створити актуальну стратегію та не допустити помилок, здійснених у минулому.

Послідовність у формуванні стратегії, як зауважено раніше, зводить до мінімуму ризику, а також дає змогу забезпечити узгодженість у досягненні цілей конкурентної стратегії, співвіднести її з ситуацією на ринку та в економіці.

Контроль на всіх стадіях формування конкурентної стратегії необхідний з вивченням можливих результатів, коригування їх відхилень залежно від зміни довгострокових завдань під впливом зовнішнього та внутрішнього середовища функціонування підприємства.

Ефективність конкурентної стратегії оцінюється з використанням наступних показників:

показники, що відображають фінансово економічне становище підприємства (рентабельність, прибутковість, ліквідність, платоспроможність, фінансова стійкість тощо);

показники ринкового та виробничого потенціалу підприємства (динаміка обсягу продажів, коефіцієнт завантаження виробничих потужностей, кількість браку, коефіцієнт ефективності використання основних засобів тощо);

показники кадрового потенціалу підприємства (кваліфікація співробітників, компетентність керівників, продуктивність праці, дотримання норм керованості, плинність кадрів тощо).

Ці показники дають змогу оцінити відповідність довгострокових цілей підприємства в межах сформованої стратегії стану зовнішнього середовища функціонування та необхідність коригування стратегії за допомогою перегляду та уточнення її етапів (рис. 2).



Рис. 1. Фактори впливу на конкурентоспроможність підприємства



Рис. 2. Етапи формування конкурентної стратегії підприємства

Такий послідовний підхід дозволяє раціоналізувати витрати ресурсів, спрямованих на розроблення стратегії, на кожному етапі її формування.

На першому, підготовчому етапі підприємство має змогу оцінити власний потенціал з урахування внутрішнього середовища його функціонування, а саме визначити наявні фінансові та трудові ресурси, технічний рівень продукції та виробництва, що випускається, загалом і відповідно до цього вибрати відповідний характер конкурентної боротьби.

Другий етап передбачає глибокий аналіз зовнішнього середовища, політико-інституціонального, економічного, науково-технологічного, соціально-демографічного середовища, що впливають на конкурентоспроможність підприємства через його економічний потенціал, що впливає на вартість підприємства, наявний сегмент ринку, умови реалізації виробленої продукції.

На третьому, заключному етапі створюється бізнес-проект, який визначає цілі, завдання, необхідні заходи, ресурси та терміни для реалізації нової конку-

рентної стратегії. Надалі здійснюється постійний моніторинг, контроль та аналіз отриманих результатів, позитивних та негативних ефектів. Після узагальнення отриманої інформації за необхідності здійснюється коригування стратегії.

ВИСНОВКИ

Підсумовуючи, відзначимо, що сформована конкурентна стратегія для підприємства має відповідні властивості і діє послідовно та системно. Вона вирішує цілий комплекс завдань, орієнтованих на дослідження довкілля, сегментів ринку, діяльності конкурентів та можливостей підприємства. Всі вони дають змогу реалізувати таку конкурентну стратегію, яка дасть змогу підприємству залишатися гнучким і водночас мати високий рівень фінансової стійкості, платоспроможності, забезпечити високу його вартість, ефективність виробничих процесів та якість продукції, що, зі свого боку, дасть змогу бути конкурентоспроможним на відповідному ринку.

Список використаних джерел

1. Ареф'єва О.В., Ареф'єв С.О. Методологічні підходи реалізації інноваційного управління розвитком підприємств. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Економіка»*. 2017. Випуск 3(6). URL: <http://am.eor.by/index.php/gallery/125-vipusk-3-6-2017>
2. Ареф'єва О.В., Пілецька С.Т., Заболотна Д.В. Стратегічні ресурси забезпечення економічного потенціалу в контексті інтеграційно-диверсифікаційного розвитку підприємства. *Бізнес Інформ*. 2020. №11. С. 398–404. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-398-404>
3. Бельтюков Є.А., Некрасова Л.А., Бельтюков Є.А. Конкурентна стратегія підприємства: сутність та формування на основі оцінки рівня конкурентоспроможності. *Економіка: реалії часу*. 2014. № 2. С. 6-13. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/6-13.pdf>
4. Іванов Ю.Б., Іванова О.Ю. Стратегія формування конкурентних переваг підприємства в умовах інтенсивної конкурентної боротьби. *Проблеми економіки*. 2012. №4. С. 121-128 URL: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf
5. Кривенко Л.В., Милашенко В.М., Кривенко С.В. Конкурентна стратегія підприємства: теорія, методологія, практика: монографія. Полтава, 2012. 256 с.
6. Лепейко Т.І., Кіпа Д.В. Механізм формування конкурентної стратегії підприємств. *Академічний огляд*. 2014. № 2 (41). С. 64–69.
7. Павлова В.А., Кузьменко О.В., Орлова В.М., Рижкова Г.А. Конкурентоспроможність підприємства: управління, оцінка, стратегія: монографія. Дніпропетровськ, 2011. 352 с.
8. Пілецька С.Т., Ткаченко Є.В. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. *Економічні студії*. 2020. Випуск 1 (27). С.146-151.
9. Саєнко М.Г. Стратегія підприємства. Тернопіль, 2006. 390 с.
10. Смерічевський С.Ф., Ареф'єва О.В., Пілецька С.Т. Формування стратегічних рішень при управлінні змінами на підприємстві. Формування стратегічних рішень при управлінні змінами на підприємстві. *Бізнес Інформ*. 2022. №6. С. 108–117. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2022&abstract=2022_6_0_108_117

11. Тищенко А.Н. Формирование конкурентной позиции предприятия в условиях кризиса: монография. Х., 2007. 375 с.
12. Цимбаліст О.В. Формування конкурентної стратегії підприємства. *Управління розвитком*. 2013. № 13. С. 108-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_13_47
13. Шершньова З.Є. Стратегічне управління. К., 2004. 699 с.

References

1. Arefieva O.V., Arefiev S.O. Methodological approaches to the implementation of innovative management of enterprise development. *Adaptive management: theory and practice. Series «Economics»*. 2017. Issue 3(6). URL: <http://am.eor.by/index.php/gallery/125-vipusk-3-6-2017> (in Ukrainian).
2. Arefieva O.V., Piletska S.T., Zabolotna D.V. The Strategic Resources of Ensuring the Economic Potential in the Context of Integration-Diversification Development of Enterprise. *Biznes Inform.* 2020. №11. pp. 398–404. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2020-11-398-404> (in Ukrainian).
3. Beltiukov Ye.A., Nekrasova L.A., Beltiukov Ye.A. Competitive strategy of the enterprise: essence and formation based on the assessment of the level of competitiveness. *Economy: realities of time*. 2014. № 2. pp. 6-13. URL: <http://economics.opu.ua/files/archive/2014/No2/6-13.pdf> (in Ukrainian).
4. Ivanov Yu.B., Ivanova O.Yu. Strategy of formation of competitive advantages of the enterprise in conditions of intense competition. *Problems of the economy*. 2012. № 4. pp. 121-128. URL: http://www.problecon.com/export_pdf/problems-of-economy-2012-4_0-pages-121_128.pdf (in Ukrainian).
5. Krivenko L.V., Milashenko V.M., Krivenko S.V. Competitive strategy of the enterprise: theory, methodology, practice: monograph. Poltava, 2012. 256 p. (in Russian).
6. Lepeiko T.I., Kipa D.V. Mechanism of formation of competitive strategy of enterprises. *Academic review*. 2014. № 2 (41). pp. 64–69. (in Ukrainian).
7. Pavlova V.A., Kuzmenko O.V., Orlova V.M., Ryzhkova H.A. Enterprise competitiveness: management, assessment, strategy: monograph. Dnipropetrovsk, 2011. 352 p. (in Ukrainian).
8. Piletska S.T., Tkachenko Ye.V. Formation of the innovative development strategy of the enterprise. *Economic studies*. 2020. Issue 1 (27). pp. 146-151. (in Ukrainian).
9. Saienko M.H. Enterprise strategy. Ternopil, 2006. 390 p. (in Ukrainian).
10. Smerichevskiy S.F., Arefieva O.V., Piletska S.T. Formation of strategic decisions in the management of changes in the enterprise. Formation of strategic decisions in the management of changes in the enterprise. *Business Inform.* 2022. № 6. pp. 108–117. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2022&abstract=2022_6_0_108_117 (in Ukrainian).
11. Tishchenko A.N. Formation of a competitive position of an enterprise in a crisis: monograph. Kharkiv, 2007. 375 p. (in Russian).
12. Tsymbalist O.V. Formation of a competitive strategy of the enterprise. *Development management*. 2013. № 13. pp. 108-110. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2013_13_47 (in Ukrainian).
13. Shershnova Z.Ye. Strategic management. Kyiv, 2004. 699 p. (in Ukrainian).

Samira PILETSKA

Doctor of Economics, Professor, National Aviation University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3638-3002>
e-mail: 0508486185@ukr.net

Myroslava ANUFRIIEVA

student, National Aviation University
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9207-1513>
e-mail: 5247224@stud.nau.edu.ua

FORMATION OF THE COMPETITIVE STRATEGY OF THE ENTERPRISE IN CONDITIONS OF THE KNOWLEDGE ECONOMY: THEORETICAL APPROACH

It is noted that in modern economic conditions, the success of any enterprise largely depends on its competitive position. Sustainable competitiveness allows enterprises not only to win in the market struggle, but also to take timely measures to respond to changes in the external environment. An effective competitive strategy allows you to get a unique product, the price, quality and properties of which will meet the needs of consumers. The purpose of the paper is to substantiate the theoretical provisions regarding the formation of the competitive strategy of the enterprise. The methodological basis of the research is the scientific works of the classics of economic science, the works and publications of leading scientists and specialists who investigate the issue of forming a competitive strategy of the enterprise. In the research process, such methods as analysis, synthesis, comparison, descriptive-analytical, system-structural were used. It is emphasized that the achievement of strategic commercial goals and the ability to function effectively for a long time are the basis of competitiveness, which for the enterprise, due to its unique properties, surpasses the existing one on the market and is more attractive for consumers in a certain segment of the economy in the long term. The formed competitive strategy for the enterprise has appropriate properties and acts consistently and systematically. It solves a whole range of tasks focused on researching the environment, market segments, competitors' activities, and the company's capabilities. All of them make it possible to implement such a competitive strategy that will allow the enterprise to remain flexible and at the same time have a high level of financial stability, solvency, ensure its high cost, efficiency of production processes and product quality, which, in turn, will allow it to be competitive on the relevant market.

Keywords: strategy, competitive strategy, enterprise, knowledge economy, influencing factors, external environment