

ISSN 2522-9303 (Print)
ISSN 2522-9478 (Online)

ЕКОНОМІКА УКРАЇНИ

ECONOMY
OF UKRAINE

2023 **5**

(738)

Головний редактор:

В.М. ГЕЄЦЬ (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України)

Заступник головного редактора:

І.В. КОРНІЄНКО

Редакційна колегія:

О.І. Амоша (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України), *О.Г. Білорус* (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України), *І.К. Бистряков* (д-р екон. наук, проф.), *І.М. Бобух* (д-р екон. наук), *О.О. Борзенко* (д-р екон. наук, проф.), *О.М. Бородіна* (д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України), *В.П. Вишневський* (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України), *Б.М. Данилишин* (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України), *Т.І. Єфименко* (д-р екон. наук, проф., акад. НАН України), *М.І. Зверяков* (д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України), *В.В. Зимовець* (д-р екон. наук), *Т.А. Заяць* (д-р екон. наук, проф.), *А.І. Ігнатюк* (д-р екон. наук, проф.), *Ю.В. Кіндзерський* (д-р екон. наук), *Г.В. Колодко* (проф., Польща), *С.О. Кораблін* (д-р екон. наук, чл.-кор. НАН України), *В.С. Кравців* (д-р екон. наук, проф.), *В.П. Кудряшов* (д-р екон. наук, проф.), *Ю.О. Лупенко* (д-р екон. наук, проф., акад. НААН України), *А.А. Мазаракі* (д-р екон. наук, проф., акад. НАПН України), *І.Г. Маницуров* (д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України), *Г. Мінасян* (д-р екон. наук, проф., Болгарія), *Л.В. Молдаван* (д-р екон. наук, проф.), *О.І. Никифоров* (д-р екон. наук), *Є.Г. Панченко* (д-р екон. наук, проф.), *В. Папава* (д-р екон. наук, проф., акад. НАН Грузії), *В.Р. Сіденко* (д-р екон. наук, чл.-кор. НАН України), *М.І. Скрипниченко* (д-р екон. наук, проф., чл.-кор. НАН України), *В.М. Тарасевич* (д-р екон. наук, проф.), *В.А. Устименко* (д-р юрид. наук, проф., чл.-кор. НАН України, чл.-кор. НАПрН України), *М.А. Хвесик* (д-р екон. наук, проф., акад. НААН України), *Хаунг Сяоюн* (проф., Китай), *С.С. Шумська* (д-р екон. наук)

Реєстраційне свідоцтво: Серія KB № 23636-13476 ПП від 20 грудня 2018 р.

Editor-in-Chief:

Valeriy HEYETS (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine)

Deputy Editor-in-Chief:

Iryna KORNIENKO

Editorial Board:

O. Amosha (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine), *O. Bilorus* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine), *I. Bystriakov* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *I. Bobukh* (Dr. Sci. (Econ.)), *O. Borzenko* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *O. Borodina* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *V. Vyshnevskiy* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine), *B. Danylyshyn* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine), *T. Iefymenko* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Ukraine), *M. Zveryakov* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *V. Zymovets* (Dr. Sci. (Econ.)), *T. Zaiats* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *A. Ignatyuk* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *Yu. Kindzerskyi* (Dr. Sci. (Econ.)), *G. Kolodko* (Prof., Poland), *S. Korablin* (Dr. Sci. (Econ.), Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *V. Kravtsiv* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *V. Kudryashov* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *Yu. Lupenko* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAAS of Ukraine), *A. Mazaraki* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine), *I. Mantsurov* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *G. Minassian* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Bulgaria), *L. Moldavan* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *O. Nykyforuk* (Dr. Sci. (Econ.)), *Ye. Panchenko* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *V. Papava* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAS of Georgia), *V. Sidenko* (Dr. Sci. (Econ.), Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *M. Skrypnychenko* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Corresp. Member of the NAS of Ukraine), *V. Tarasevych* (Dr. Sci. (Econ.), Prof.), *V. Ustymenko* (Doctor of Jurid. Sci., Prof., Corresp. Member of the NAS of Ukraine, Corresp. Member of the National Academy of Legal Sciences of Ukraine), *M. Khvesyk* (Dr. Sci. (Econ.), Prof., Acad. of the NAAS of Ukraine), *Huang Xiaoyong* (Prof., Beijing), *S. Shumska* (Dr. Sci. (Econ.))

Registration certificate: Seria KB № 23636-13476 ПП of December 20, 2018

Журнал входить до Переліку наукових фахових видань України з економічних наук (Наказ МОН України від 02.07.2020 р. № 886, спеціальності: 051, 071, 072, 073, 281, 292)

ЗМІСТ

УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІКОЮ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

ХАУСТОВ В.К. Бренди у сфері інтелектуальної власності	3
НИКИФОРУК О.І., СТАСЮК О.М., ФЕДЯЙ Н.О. Соціально-економічні мультиплікативні ефекти від реалізації великих інфраструктурних проєктів для української економіки	23
НАШКЕРСЬКА Г.В. Активи інформаційних технологій: ідентифікація, інтеграція і відображення в обліку	35

ФІНАНСИ. ПОДАТКИ. КРЕДИТ

ЯРЕМЕНКО О.Л., КОРНІВСЬКА В.О. Можливості гармонізації платіжного простору України: інституційний аспект	51
ГОРІХОВСЬКИЙ М.В., ОГАНЕСЯН В.С., ВОЗНЮК С.В. Формування дохідної частини територіальних громад у період війни і повоєнного відновлення (на прикладі Кам'янець-Подільського району Хмельницької області)	66

ПИТАННЯ РОЗВИТКУ АПК

БОРОДІНА О.М., ПРОКОПА І.В. Соціоекономічна складова розвитку сільського господарства і села на засадах агроєкології: науково-прикладні аспекти	82
Редакційна політика та етика	97

CONTENTS

ECONOMIC MANAGEMENT: THEORY AND PRACTICE

KHAUSTOV Volodymyr. Brands in the intellectual property sphere	3
NYKYFORUK Olena, STASIUK Olha, FEDIAI Natalia. Socio-economic multiplier effects from the implementation of large infrastructure projects for Ukrainian economy	23
NASHKERSKA Halyna. Information technologies assets: identification, integration and reflection in accounting	35

FINANCE. TAXES. CREDIT

YAREMENKO Oleh, KORNIVSKA Valeriia. Possibilities for harmonization of Ukraine's payment space: institutional aspect	51
GORIKHOVSKYI Maksym, OGANESYAN Valerik, VOZNYUK Svitlana. Formation of territorial communities' revenues during the war and post-war reconstruction (on the example of Kamyanets-Podilsky district, Khmelnytsky region)	66

QUESTIONS OF THE DEVELOPMENT OF AIC

BORODINA Olena, PROKOPA Ihor. Socio-economic component of agriculture and rural development on the basis of agroecology: scientific and applied aspects	82
Editorial policy and ethics	97



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.003>

УДК 330.341.1

JEL: 031, 034

В.К. ХАУСТОВ, канд. техн. наук, старший науковий співробітник,
заслужений економіст України, учений секретар
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: khau@ief.org.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3572-7595>

БРЕНДИ У СФЕРІ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

Розглянуто проблемні аспекти стратегічного розвитку сфери інтелектуальної власності України в контексті імплементації досвіду провідних компаній країн світу щодо використання брендів як індикаторів вартості нематеріальних активів. Проведено порівняльний аналіз відомих рейтингів вартості брендів у світі та в Україні. Обґрунтовано неефективність національної інноваційної політики і політики у сфері інтелектуальної власності.

Ключові слова: бренди; брендинг; інтелектуальна власність; інновації; глобальні рейтинги брендів.

Сучасний етап розвитку людства концептуально пов'язують із становленням постіндустріального суспільства та інформаційної економіки, формуванням Індустрії 4.0. Важливими чинниками структурних змін провідних економік світу є створення, володіння і поширення об'єктів права інтелектуальної власності суб'єктами інноваційної діяльності. Цьому сприяють надійні міжнародна і національні системи охорони інтелектуальної власності.

Систему охорони інтелектуальної власності спрямовано на захист об'єктів права інтелектуальної власності на всіх стадіях розробки нового продукту через використання механізмів патентування винаходів і про-

Ц и т у в а н н я: Хаустов В.К. Бренди у сфері інтелектуальної власності. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 03—22. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.003>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

мислових зразків, трансферу технологій, охорони комерційних таємниць (ноу-хау), реєстрації торгових марок тощо. При цьому суб'єкту права інтелектуальної власності (особі, групі осіб, компанії або державі) належать немайнові й/або майнові права інтелектуальної власності.

Основними способами захисту інтелектуальної власності є подача заявок за міжнародною або національними процедурами: на патент на винаходи, на реєстрацію промислових зразків, товарних знаків та ін. За даними Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ), з 2011 по 2021 р. кількість подач заявок на патент у світі збільшилася з 2,16 млн до 3,40 млн, заявок на реєстрацію товарних знаків — з 6,32 млн до 18,15 млн, заявок на реєстрацію промислових зразків — з 1,09 млн до 1,52 млн у річному обчисленні¹.

В Україні за аналогічний період простежуються спадна тенденція щодо кількості подач заявок на винаходи (з 5257 до 3393) і тенденція незначного зростання заявок на реєстрацію торговельних, за термінологією українського законодавства, марок (з 29 756 до 31 351) і промислових зразків (з 1761 до 1838)². Такий стан активності національних новаторів і компаній щодо створення об'єктів права інтелектуальної власності є наслідком неефективної інноваційної політики держави протягом усіх років незалежності, перманентних змін у системі управління, відсутності законодавчо закріплених стратегічних орієнтирів. Основними чинниками, що спричиняють обмежене поширення об'єктів права інтелектуальної власності, їх використання як нематеріальних активів є: низький (або невизначений) попит на інновації, низька конкуренція на ринку, відсутність державної допомоги (або субсидій) для інновацій, відсутність необхідних коштів та інвестицій, скорочення чисельності кваліфікованих працівників, здатних до створення інноваційних продуктів. Підтвердженням цьому є публікації із зазначених проблем вітчизняних науковців і експертів [1—8]. Зважаючи на це, повоєнне відновлення економіки України потребуватиме кардинальних змін інноваційної політики і політики у сфері інтелектуальної власності [9].

Уряди провідних країн світу розглядають інтелектуальну власність як національне надбання і приділяють управлінню відповідною сферою багато уваги, формуючи сприятливі умови для перетворення об'єктів права інтелектуальної власності на нематеріальні активи як у великих компаніях, так і в компаніях малого і середнього підприємництва, а також інституціях освіти й науки. Відповідно збільшується частка нематеріальних активів у структурі капіталу компаній, яка може сягати 50—70 % залежно від галузі економіки [10].

¹ World Intellectual Property Indicators 2022. Geneva, WIPO. <https://doi.org/10.34667/tind.47082>

² Складено автором за даними річних звітів державного органу, уповноваженого надавати послуги у сфері інтелектуальної власності.

В Україні роль інтелектуальної власності як нематеріального активу у формуванні вартості компанії не використовується як стратегічний важіль управління, хоча після проведення переоцінки нематеріальних активів вартість власного капіталу підприємства може збільшитись у 1,5—2 рази [11—14]. У повоєнний період відновлення економіки України з очікуваним приходом інвестицій транснаціональних корпорацій вітчизняні компанії ризикують втратити право на наявний і новостворюваний інтелектуальний капітал через «розмивання» й умови інвестування при зростанні вартості підприємств. Відтак, актуалізується проблема кардинальних змін у системі державного управління сферою інтелектуальної власності, передусім щодо стимулювання процесів управління об'єктами права інтелектуальної власності вітчизняними компаніями з використанням брендингу.

Отже, **мета статті** — розкрити сучасні аспекти брендингу компаній і країн на світовому ринку з позицій надійності системи захисту інтелектуальної власності.

Важливим стратегічним активом капіталізації та джерелом конкурентних переваг компаній у більшості країн світу і на світових ринках є бренди. З позицій захисту інтелектуальної власності бренд — це слово, вираз, знак, символ або дизайнерське рішення чи їх комбінація в цілях позначення товарів і послуг конкретного продавця або групи продавців для їх відмінності від конкурентів (визначення, розроблене Американською маркетинговою асоціацією)³. Бренд відноситься до візуального, емоційного, раціонального і культурного образу, який клієнти асоціюють з компанією або продуктом. Життєво важливим елементом бренду є товарні знаки, серед інших — дизайн, вигляд товару, слогани, символи і звуки, а також концепція, імідж і репутація, які пов'язують споживачів з певними продуктами⁴. Щодо термінології, то слід зазначити, що в доповідях ВОІВ термін «товарний знак» використовується для позначення конкретного інструменту охорони інтелектуальної власності, а термін «бренд» — у ширшому сенсі, коли йдеться про використання позначень для товарів і/або компаній на ринку.

Поширеною є класифікація трактувань бренду Лінна Апшоу [15]: товарні бренди (Product Brands); сервісні бренди (Service Brands) — бренди сфери послуг; бренди організацій (Organizational Brands) — корпорацій, некомерційних організацій, політичних партій, освітніх закладів; бренди подій (Event Brands) — у світі спорту, індустрії розваг і

³ World Intellectual Property Report 2013. Brands — Reputation and Image in the Global Marketplace. WIPO Economics & Statistics Series. World Intellectual Property Organization, 2013. 140 p., P. 22. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2013.pdf

⁴ Making a Mark: An Introduction to Trademarks and Brands for Small and Medium-sized Enterprises. World Intellectual Property Organization, 2017. 88 p., P. 8. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/wipo_pub_900_1.pdf

мистецтва; бренди осіб (Personal Brands) — спортсменів, співаків, політиків, бізнесменів тощо; «географічні» бренди (Geographical Brands) — міста, країни, курорти тощо.

Процес створення бренду і управління ним дістав назву «брендинг». Брендінг — це «керований, послідовний процес трансформації торгової марки в бренд, розвиток бренду від простої поінформованості до формування лояльності; це не тільки економічна, а й соціально-економічна категорія, яка суттєво впливає на сучасне суспільство; визначені цілі, завдання та переваги брендингу» [16, с. 124]. На цінність бренду компанії впливають не тільки товарні знаки, але й інші об'єкти інтелектуальної власності, зокрема промислові зразки, патенти, авторське право тощо. Відповідно, у компаній виникає необхідність інвестувати ресурси і вкладати кошти в інтелектуальну власність і захист бренду. Так, у 2021 р. порівняно з 2020 р. транснаціональні компанії, що лідирують за витратами на НДДКР у світі, наростили їх майже на 10 % — до суми понад 900 млрд дол. Це збільшення відбулося переважно за рахунок чотирьох галузей: апаратне забезпечення ІКТ і електроустаткування; програмне забезпечення і послуги в галузі ІКТ; фармацевтика і біотехнології; будівництво і промислові метали. До таких компаній належать: виробники напівпровідникових мікросхем — Nvidia, Qualcomm, SK Hynix та Intel; інтернет-компанії — Facebook, Baidu, Salesforce і Netflix; великі фармацевтичні компанії з успішними вакцинами проти COVID-19 — Astra Zeneca, Pfizer і Johnson & Johnson. У будівельній та металургійній промисловості більшість з 15 провідних компаній є китайськими. Частка автомобільних компаній, які наростили обсяги досліджень і розробок, збільшилася з 31 до 77 %, індустрії подорожей, відпочинку і товарів для особистого користування — розширилася з 41 до 70 %⁵.

Експертами ВОІВ у Доповіді про становище у сфері інтелектуальної власності у світі за 2013 рік зроблено спробу провести аналіз брендингу на тему «Бренди — репутація та імідж на світовому ринку»⁶. У доповіді описано загальну ситуацію і окреслено, як змінювалися методи брендингу й використання товарних знаків протягом останнього часу і як вони різняться в окремих країнах. Розглянуто питання про те, як потрібно вимірювати інвестиції у бренди, які роблять компанії, і капіталізувати їх як нематеріальні активи, а також представлено оцінки обсягів і зростання таких інвестицій. Крім того, досліджено ринки брендів. У зазначеному документі докладно розглянуто систему охорони товарних знаків, а також те, який вплив мають основні характеристики законів про товарні знаки.

⁵ Global Innovation Index 2022: What is the Future of Innovation-driven Growth? Geneva, WIPO. 266 p., P. 29. <https://doi.org/10.34667/tind.46596>

⁶ World Intellectual Property Report 2013. Brands — Reputation and Image in the Global Marketplace. WIPO Economics & Statistics Series. World Intellectual Property Organization, 2013. 140 p., P. 22. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2013.pdf

Висновок такого аналізу полягає в тому, що структура процесу реєстрації товарних знаків визначає, як компанії використовують систему товарних знаків. Органам державної влади рекомендовано прагнути створити такий інституційний механізм, який дозволить точно збалансувати інтереси заявників, «третіх» сторін і громадськості в цілому. Розкрито вплив брендингу на конкуренцію на ринку та інновації. Показано, що компанії, які вкладають значні кошти в брендинг, є активними й у сфері інновацій. Брендинг створює попит і бажання платити, що дозволяє компаніям отримувати прибутки від інвестицій у технології та дизайн.

Певним стимулом реалізації компаніями брендингу стали глобальні індекси, які містять дані щодо провідних брендів по всьому світу. Такі рейтинги складаються консалтинговими компаніями Interbrand, Brand Finance і BrandZ, які зосереджують свої зусилля на оцінюванні невеликої вибірки провідних брендів, не намагаючись оцінити вартість брендів усіх компаній або окремих економік. За версією Interbrand, вартість бренду ще у 2013 р. складала від 20 до 60 % ринкової капіталізації своєї компанії (табл. 1).

Interbrand у своїх розрахунках ураховує фінансові результати компаній, вплив брендів на рішення споживачів щодо купівель і здатності компаній забезпечити доходи. Топ-100 найдорожчих брендів світу публікується понад 20 років. Близько 30 компаній, які були в першому рейтингу, є в ньому і нині, включно з Disney, Nike і Gucci. При цьому понад 100 брендів за ці роки покинули список, серед них Nokia і MTV. У десятиці лідерів увесь цей період залишаються лише Coca-Cola і Microsoft.

Таблиця 1. Рейтинг брендів у 2013 р. за версією Interbrand

Компанія	Вартість бренду, млрд дол.	Вартість бренду, % від ринкової капіталізації
Apple	98,3	58,0
Google	93,3	20,7
Coca-Cola	79,2	39,3
IBM	78,8	26,9
Microsoft	59,6	22,9
General Electric	47,0	19,9
McDonald's	42,0	43,9
Samsung	39,6	35,2
Intel	37,3	20,0
Toyota	35,4	17,8
У середньому	61,0	30,5

Джерело: складено автором за: World Intellectual Property Report 2013. Brands — Reputation and Image in the Global Marketplace. WIPO Economics & Statistics Series. World Intellectual Property Organization, 2013. 140 p., P. 9. URL: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/en/intproperty/944/wipo_pub_944_2013.pdf

Таблиця 2. Рейтинг Топ-25 брендів у 2021 р. за версією Interbrand

Ранг 2021 р.	Бренд	Вартість бренду, млрд дол.	Ранг 2020 р.
1	Apple	408,251	1
2	Amazon	249,249	2
3	Microsoft	210,191	3
4	Google	196,811	4
5	Samsung	74,635	5
6	Coca-Cola	57,488	6
7	Toyota	54,107	7
8	Mercedes-Benz	50,866	8
9	McDonald's	45,865	9
10	Disney	44,183	10
11	Nike	42,538	15
12	BMW	41,631	11
13	Louis Vuitton	36,766	17
14	Tesla	36,270	40
15	Facebook	36,248	13
16	Cisco	36,228	16
17	Intel	35,761	12
18	IBM	33,257	14
19	Instagram	32,007	19
20	SAP	30,090	18
21	Adobe	24,832	27
22	Chanel	22,109	21
23	Hermes Paris	21,600	28
24	J.P. Morgan	21,401	22
25	Honda	21,315	20

Джерело: складено автором за: Interbrand Best Global Brands 2021. URL: <https://www.rankingthebrands.com/PDF/Interbrand%20Best%20Global%20Brands%202021.pdf>

Сукупна вартість брендів Топ-100 оцінювалась у 2021 р. у 2 трлн 667,524 млрд дол. порівняно з 2 трлн 326,491 млрд дол. у 2020 р., тобто за рік вона збільшилася на 15 %. Середні темпи зростання вартості окремих брендів у всьому списку склали 10 % проти 1,3 % у 2020 р. При першій публікації рейтингу у 2001 р. загальна вартість брендів з Топ-100 становила 988 млрд дол., тобто за 20 років показник збільшився у 2,7 рази⁷.

Бренд Apple залишався найдорожчим у світі протягом дев'яти років поспіль, про що свідчать дані дослідження Interbrand Corp. за 2021 р. Його вартість за рік зросла на 26 % і перевищила 408,25 млрд дол. На

⁷ Interbrand Best Global Brands 2021. URL: <https://www.rankingthebrands.com/PDF/Interbrand%20Best%20Global%20Brands%202021.pdf>

другій позиції залишився бренд Amazon, який подорожчав на 24 %, на третьому — Microsoft, що додав у ціні 27 %, на четвертій — Google, вартість якого піднялася на 19 %. Список інших компаній у Топ-10 також не змінився: на п'ятому місці — Samsung (зростання на 20 %), Coca-Cola (на 1 %), Toyota (на 5 %), Mercedes-Benz (на 3 %), McDonald's (на 7 %), Disney (на 8 %). На частку перших трьох компаній у списку припало понад 62 % загальної вартості брендів з Топ-10.

Найбільш істотне піднесення в рейтингу продемонстрував бренд Tesla: його вартість злетіла майже втричі (на 184 %, тобто до 36,27 млрд дол.), у результаті чого він перемістився з 26-ої на 14-ту позицію. До лідерів піднесення ввійшли також Adobe і PayPal, бренди яких подорожчали на 36 %.

Рейтинг 2021 р. поповнився лише одним новим учасником — Serphora (4,628 млрд дол. — 100-та позиція). Французька LVMH Group стала першою компанією, яка представлена в рейтингу одразу п'ятьма брендами (Louis Vuitton — на 13-му місці, Dior — на 77-му, Tiffany & Co. — на 92-му, Hennessy — на 95-му). Найвища вартість бренду серед представників фінансової галузі — у J.P. Morgan (24-й рядок, зростання на 6 % — до 21,4 млрд дол.).

Рейтинг найдорожчих глобальних брендів Brand Finance Global 500 оприлюднюється британською консалтинговою компанією Brand Finance, яка спеціалізується у сфері аудиту й оцінки вартості брендів. Рейтинг і методологію глобального дослідження вартості брендів розроблено на основі методу звільнення від роялті (Royalty Relief Method). Останній визначає ціну, яку компанія готова заплатити за ліцензування свого бренду, якби вона не володіла ним. Цей підхід включає оцінку майбутнього виторгу, що відноситься до бренду, а також розрахунок ставки роялті, яка повинна стягуватися за використання бренду. В методології Brand Finance значення роялті обчислюється на основі системи показників, таких як емоційний вплив бренду на споживачів, фінансово-економічні показники, стійкість, динаміка і потенціал розвитку, галузевий сектор та інші параметри. Прогнозовані ставки роялті дисконтуються (за вирахуванням податків) до чистої вартості, яка є поточною вартістю майбутнього прибутку, що відноситься до активу бренду.

Оцінювання справедливої ринкової вартості брендів проводиться відповідно до вимог Міжнародної ради стандартів оцінки (International Valuation Standards Council) і стандарту ISO 10668, який визначає відповідний процес оцінювання брендів з дотриманням таких шести ключових вимог: прозорість (transparency), достовірність (validity), надійність (reliability), достатність (sufficiency), об'єктивність (objectivity), а також фінансові (financial), поведінкові (behavioral) і юридичні (legal) параметри. Рейтинги вартості брендів Brand Finance сертифіковано Радою стандартів маркетингової звітності (Marketing Accountability Standards Board) з використанням Протоколу аудиту маркетингових показників (Marke-

Таблиця 3. 25 брендів з Топ-500 найдорожчих брендів світу

Ранг 2021 р.	Ранг 2020 р.	Бренд	Країна	Сектор	Вартість бренду, млрд дол. у 2021 р.	Зміни вартості бренду, %	Вартість бренду, млрд дол. у 2020 р.
1	3	Apple	США	Техніка	263,375	+87,4	140,524
2	1	Amazon	США	Роздрібна торгівля	254,188	+15,1	220,791
3	2	Google	США	ЗМІ	191,215	+1,4	188,512
4	4	Microsoft	США	Техніка	140,435	+20,0	117,072
5	5	Samsung Group	South Korea	»	102,623	+8,6	94,494
6	8	Walmart	США	Роздрібна торгівля	93,185	+20,2	77,520
7	7	Facebook	США	ЗМІ	81,476	+2,1	79,804
8	6	ICBC	China	Банківська справа	72,788	-9,9	80,791
9	12	Verizon	США	Телекому-нікації	68,889	+8,2	63,692
10	19	WeChat	China	ЗМІ	67,902	+25,4	54,146
11	13	China Construction Bank	China	Банківська справа	59,649	-4,7	62,602
12	15	Toyota	Japan	Автомобілі	59,479	+2,4	58,076
13	11	Mercedes-Benz	Germany	»	58,225	-10,5	65,041
14	26	Tencent	China	ЗМІ	56,432	+28,0	44,091
15	10	Huawei	China	Техніка	55,396	-14,9	65,084
16	16	State Grid	China	Комунальні послуги	55,203	-3,1	56,965
17	9	Ping An	China	Страховання	54,579	-20,9	69,041
18	36	Taobao	China	Роздрібна торгівля	53,335	+44,2	36,986
19	18	Agricultural Bank of China	China	Банківська справа	53,134	-2,8	54,658
20	21	Home Depot	США	Роздрібна торгівля	52,917	+4,8	50,508
21	14	AT&T	США	Телекому-нікації	51,372	-13,1	59,103
22	17	Disney	США	ЗМІ	51,244	-8,7	56,123
23	30	Deutsche Telekom	Germany	Телекому-нікації	51,107	+27,9	39,956
24	48	Tmall	China	Роздрібна торгівля	49,179	+60,4	30,652

Закінчення табл. 3

Ранг 2021 р.	Ранг 2020 р.	Бренд	Країна	Сектор	Вартість бренду, млрд дол. у 2021 р.	Зміни вартості бренду, %	Вартість бренду, млрд дол. у 2020 р.
25	20	Bank of China	China	Банківська справа	48,689	-3,8	50,630

Джерело: Global 500 2021. The annual report on the most valuable and strongest global brands, January 2021. Brand Finance Plc. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/> (дата звернення: 18.12.2022).

ting Metric Audit Protocol). Детальний опис методології формування рейтингу брендів наводиться в щорічній доповіді Brand Finance, а також на сайті проекту⁸.

Згідно з Доповіддю Brand Finance 2021 року⁹, компанія Apple вперше з 2016 р. обігнала Amazon і Google і повернула собі звання найдорожчого бренду у світі. Успіху своєї стратегії диверсифікації Apple досягла завдяки вражаючому збільшенню вартості бренду — на 87 %, до 263,4 млрд дол. (табл. 3). Політика диверсифікації привела до розширення бренду в цифрові й передплатні послуги, зокрема App Store, iCloud, Apple Podcasts, Apple Music, Apple TV і Apple Arcade.

У Brand Finance Global 500 при розбивці вартості бренду за країнами домінують американські й китайські бренди. Американські бренди мають кумулятивну вартість 3,3 трлн дол., або 46 % загальної вартості брендів у рейтингу; загальна вартість китайських брендів становить 1,5 трлн дол., або 20,8 %. Найдорожчим брендом Китаю є ICBC, якому вдалося зберегти свої позиції, незважаючи на зниження вартості бренду на 10 % — до 72,8 млрд дол. Домінування Китаю є ще більш очевидним у сфері нерухомості, оскільки всі 11 брендів цієї сфери в рейтингу Brand Finance Global 500 2021 р. походять з Китаю, а вісім з них продемонстрували зростання своєї вартості.

При розбивці брендів Brand Finance Global 500 за секторами провідне місце посідають бренди техніки, далі йдуть бренди роздрібної торгівлі й банкінгу. Сумарна вартість Brand Finance Global 500 у 2021 р. перевищила 7 трлн дол. (табл. 4).

Ще одним відомим рейтингом брендів є Kantar BrandZ™. Протягом останніх 15 років Kantar тестував і вдосконалював унікальну модель цінності бренду. За результатами моделювання встановлено, що цін-

⁸ Global 500 2021. The annual report on the most valuable and strongest global brands. January 2021. Brand Finance Plc. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/> (дата звернення: 17.12.2021).

⁹ Там само.

Таблиця 4. Секторальна структура Топ-500 найдорожчих брендів світу у 2021 р.

Сектор	Вартість, млрд дол.	% загального обсягу	Кількість брендів
Техніка	998,9	14,0	47
Роздрібна торгівля	934,9	13,1	45
Банківська справа	881,5	12,4	67
Медіа	654,2	9,2	27
Автомобілі	522,2	7,3	25
Телекомунікація	508,7	7,1	34
Страхування	316,5	4,4	33
Нафта і газ	294,2	4,1	20
Інженерія і будівництво	245,9	3,5	26
Комерційний сервіс	203,2	2,9	15
Одяг	199,1	2,8	19
Інше	1366,3	19,2	142
Р а з о м	7125,6	100,0	500

Джерело: Global 500 2021. The annual report on the most valuable and strongest global brands, January 2021. P. 14. Brand Finance Plc. URL: <https://brandirectory.com/rankings/global/>

ність бренду впливає з трьох основних «будівельних блоків» зростання: значущості, відмінності й помітності. Такі атрибути бренду, як креативність, відповідальність, ціль і довіра, вимірюються в базі даних Kantar BrandZ™ і в кінцевому підсумку сприяють суттєвій відмінності бренду.

У Звіті Kantar BrandZ™ 2021 року встановлено, що сильні бренди зберігають більше своєї економічної цінності під час важких економічних часів і швидше відновлюються, коли ринкові умови починають покращуватися. Так було під час глобальної кризи 2008 р., і, як показують результати звіту 2021 р., це є актуальним і сьогодні практично в усіх категоріях: від споживчих технологій до фаст-фуду, від одягу до роздрібної торгівлі провідні бренди вийшли з пандемії як інноваційні, улюблені й прибуткові¹⁰.

У 2021 р. загальна вартість списку 100 найцінніших світових брендів Kantar BrandZ™ зросла на 42 % у річному обчисленні, сягнувши нових рекордних висот, що привело до збільшення загальної вартості брендів у Топ-100 на понад 2 трлн дол. і означало прискорене зростання найбільших світових брендів після COVID-19. Свою цінність додали бренди з усіх куточків світу і з усіх категорій. Так, з 87 брендів, які були в рейтингу Топ-100 2020 р., близько 67 збільшили свою вартість щонайменше на 5 %; 29 брендів у рейтингу 100 найкращих 2021 р. відзначили-

¹⁰ Kantar Brands 2021. Most Valuable Global. URL: <https://www.kantar.com/inspiration/brands/what-are-the-most-valuable-global-brands-in-2021> (дата звернення: 17.12.2022).

ся зростанням своєї цінності порівняно з попереднім роком більш як на 50 %. У 2021 р. до Global Top 100 ввійшли 18 брендів з Китаю. Загальна вартість брендів Kantar BrandZ™ Топ-100 2021 р. коштувала більше, ніж ВВП Франції і Німеччини, разом узяті.

Amazon третій рік поспіль посіла перше місце в глобальному рейтингу Kantar BrandZ™ із загальною вартістю бренду в 684 млрд дол. і зростанням на 64 % з урахуванням усіх сфер її бізнесу (табл. 5). У середовищі, де всі дедалі більше зосереджуються на зручності, швидкості й задоволенні клієнтів, лише деякі бренди демонструють такі цінності сильніше, ніж Amazon. Завдяки відновленню рекламної індустрії Google обійшов Microsoft і повернув собі третє місце в рейтингу, поступаючись лише Apple.

У всіх категоріях бренди, орієнтовані на технології, становлять понад 50 % вартості Kantar BrandZ™ Топ-100. Ця група включає провідні соціальні медіа, електроніку й бізнес-послуги таких брендів, як Facebook, Apple і Microsoft, а також роздрібних продавців з технічними можливостями, таких як Amazon і Pinduoduo. У 2006 р. на технологічні бренди припадало менше 27 % вартості 100 найкращих. Оскільки пандемія змусила багатьох людей більше покладатися на віртуальні форми зв'язку, бренди соціальних мереж показали особливо високі результати в Kantar BrandZ™ Топ-100. Наприклад, Instagram лише за рік подвоїв вартість свого бренду.

В Україні рейтинги найдорожчих брендів складає дослідницька компанія MPP Consulting. Сумарна вартість першої сотні українських брендів, за підсумками 2020 р., становила 6,2 млрд дол., що є в десятки разів меншим, ніж вартість брендів компаній — лідерів глобальних рейтингів¹¹. У Топ-100 брендів України 2020 р. представлено бренди, які асоціюються з продуктами харчування, переробкою молока і виробництвом алкоголю, пива і безалкогольних напоїв, ритейлом, фармацевтичним виробництвом, паливом і енергетикою, господарчими товарами (табл. 6). Найменше представлено брендів, пов'язаних із логістикою, фінансовими і телекомунікаційними послугами й ювелірною галуззю¹².

Підсумовуючи наведені дані щодо глобальних рейтингів найдорожчих брендів, слід зазначити, що до Топ-100 кожного рейтингу входять компанії країн — лідерів зі створення об'єктів права інтелектуальної власності, а саме США і Китаю. При цьому якщо в США система охорони інтелектуальної власності має вікові традиції, то Китай створив відповідну національну систему протягом лише декількох десятиліть. Заявники із

¹¹ Моршинська, АТБ, Наша Ряба. Топ-10 найдорожчих брендів України. NV БІЗНЕС. 2021. 09 сер. URL: <https://biz.nv.ua/ukr/markets/nova-poshta-rozetka-atb-ta-inshiyeyting-naydorozhchih-brendiv-ukrajini-top-10-50175785.html> (дата звернення: 15.02.2023).

¹² ТОП-100 найдорожчих брендів України. Новини Полтавщини. 2021. 09 сер. URL: <https://np.pl.ua/2021/08/top-100-naydorozhchikh-brendiv-ukrainy/> (дата звернення: 15.02.2023).

Таблиця 5. Топ-25 брендів світу у 2021 р.

Ранг	Бренд	Вартість бренду, млрд дол.	Зміни вартості бренду з 2020 р., %	Категорія	Зміни рангу	Ринок походження
1	Amazon	683,852	64	Роздрібна торгівля	0	США
2	Apple	611,997	74	Споживчі технології	0	США
3	Google	457,998	42	Медіа і розваги	1	США
4	Microsoft	410,271	26	Постачальники бізнес-рішень і технологій	-1	США
5	Tencent	240,931	60	Медіа і розваги	2	Китай
6	Facebook	226,744	54	Медіа і розваги	2	США
7	Alibaba	196,912	29	Роздрібна торгівля	-1	Китай
8	Visa	191,285	2	Платежі	-3	США
9	McDonald's	154,921	20	Фастфуд	0	США
10	Mastercard	112,876	4	Платежі	0	США
11	Moutai	109,330	103	Алкоголь	7	Китай
12	Nvidia	104,763	Немає даних	Постачальники бізнес-рішень і технологій	Немає даних	США
13	Verizon	101,943	8	Провайдери телекомунікацій	-1	США
14	AT&T	100,654	-5	Провайдери телекомунікацій	-3	США
15	IBM	91,337	9	Постачальники бізнес-рішень і технологій	-1	США
16	Coca-Cola	87,604	4	Продукти харчування і напої	-3	США
17	Nike	83,709	68	Одяг	4	США
18	Instagram	82,904	100	Медіа і розваги	11	США
19	PayPal	80,615	66	Платежі	4	США
20	Adobe	78,524	Немає даних	Постачальники бізнес-рішень і технологій	Немає даних	США
21	Louis Vuitton	75,730	46	Розкіш	-2	Франція
22	UPS	73,017	44	Логістика	-2	США
23	Intel	71,937	Немає даних	Постачальники бізнес-рішень і технологій	Немає даних	США
24	Netflix	71,126	55	Медіа і розваги	2	США

Закінчення табл. 5

Ранг	Бренд	Вартість бренду, млрд дол.	Зміни вартості бренду з 2020 р., %	Категорія	Зміни рангу	Ринок походження
25	The Home Depot	70,522	22	Роздрібна торгівля	-9	США

Джерело: Kantar Brands 2021. Most Valuable Global. URL: <https://www.kantar.com/inspiration/brands/what-are-the-most-valuable-global-brands-in-2021> (дата звернення: 17.12.2022).

Таблиця 6. 25 брендів з Топ-100 українських брендів у 2020 р.

Рейтинг	Бренд	Галузь	Вартість, млн дол.		Динаміка, %
			2020	2019	
1	Моршинська	Напої	525	550	-4,55
2	Нова пошта	Логістика	337	310	8,71
3	Rozetka	Е-Commerce	311	302	2,98
4	Roshen	Кондитерська промисловість	292	276	5,8
5	АТБ	Ритейл	247	168	47,02
6	ПриватБанк	Фінансові послуги	226	299	-24,41
7	Сандора	Напої	218	252	-13,49
8	Хортиця	Алкогільна промисловість	197	215	-8,37
9	Хлібний Дар	Алкогільна промисловість	162	159	1,89
10	Наша Ряба	М'ясна промисловість	160	189	-15,34
11	Чумак	Продукти харчування	148	140	5,71
12	Корона	Кондитерська промисловість	142	134	5,97
13	Торчин	Продукти харчування	138	153	-9,8
14	Nemiroff	Алкогільна промисловість	135	128	5,47
15	Київстар	Телекомунікації	134	141	-4,96
16	Олейна	Продукти харчування	128	113	13,27
17	Чернігівське	Пиво	119	107	11,21
18	Lifecell	Телекомунікації	108	100	8
19	ОККО	Паливо та енергетика	106	98	8,16
20	Яготинське	Молочарство	103	83,5	23,35
21	Фрекен Бок	Господарчі товари	102	96	6,25
22	Садочок	Напої	98	52	88,46
23	Епіцентр	Ритейл	93	66	40,91
24	Сільпо	Ритейл	91	77	18,18
25	Миргородська	Напої	83	88	-5,68

Джерело: ТОП-100 найдорожчих брендів України. Новини Полтавщини. 2021. 09 сер. URL: <https://np.pl.ua/2021/08/top-100-naydorozhchykh-brendiv-ukrainy/> (дата звернення: 15.02.2023).

Таблиця 7. Динаміка заявок на реєстрацію товарних знаків за процедурою Мадридської системи у 2012—2021 рр.

Роки	США	Китай	Україна
2012	5 448	2 290	313
2013	6 042	2 165	517
2014	6 626	2 688	432
2015	7 390	1 972	400
2016	7 731	3 847	408
2017	7 889	6 405	389
2018	8 826	6 279	464
2019	10 092	6 083	496
2020	10 015	6 701	422
2021	13 282	5 273	391

Джерело: Statistical Country Profiles. WIPO. URL: https://www.wipo.int/ipstats/en/statistics/country_profile/ (дата звернення: 01.02.2023).

США і Китаю забезпечують цим країнам лідируючі позиції у рейтингах ВОІВ. Так, кількість заявок, поданих у рамках міжнародної Мадридської системи реєстрації товарних знаків для охорони брендів, у 2021 р. збільшилася на 14,4 % і сягнула 73 100 заявок, що є найвищим показником річного зростання з 2005 р. Лідерами з подач заявок були представники США (13 276), Німеччини (8 799) і Китаю (5 272)¹³. Кількість заявок на реєстрацію товарних знаків за процедурою Мадридської системи, поданих в Україні, є в десятки разів меншою, ніж у США і Китаї, і з 2013 р. має виражену спадну тенденцію. Натомість у 2021 р. заявниками з Китаю і США подано, відповідно, у 2,3 і 2,4 разу більше заявок порівняно з 2012 р. (табл. 7).

Ефективний захист інтелектуальної власності на національному рівні є вагомим стимулюючим чинником інноваційної діяльності. Так, у загальному рейтингу Глобального індексу інновацій 2022 року США посідають друге місце, Китай — 11-те. Обидві країни покращили свої позиції порівняно з 2019 р., коли США посідали четверту позицію, а Китай — 14-ту. В рейтингу за субіндексом «Результати знань і технологій», до якого входять індикатори створення об'єктів права інтелектуальної власності, у 2019 р. США посіли четверте місце, а у 2022-му — третє, Китай зайняв, відповідно, п'яту і шосту сходинки.

Через наведені вище проблеми управління сферою інновацій та її невід'ємною складовою — сферою інтелектуальної власності втрати Україною позицій у Глобальному індексі інновацій виявилися значно більши-

¹³ В 2021 году число поданных во всем мире заявок на регистрацию ИС достигло исторического максимума; наиболее существенный рост наблюдается в Азии. WIPO. Женева, ВОИС. 2022. 21 лис. PR/2022/897. URL: https://www.wipo.int/pres-room/ru/articles/2022/article_0013.html (дата звернення: 01.02.2023).

ми. Так, якщо у 2019 р. ми посідали 47-ме місце за загальним індексом, то у 2022-му — лише 57-ме. За субіндексом «Результати знань і технологій» Україна перемістилася з 28-го на 36-те місце. Відповідно, погіршився імідж країни як інноваційно зорієнтованої. Такий стан справ є ще одним сигналом щодо необхідності кардинальних змін у інноваційній політиці України і системі охорони інтелектуальної власності в повоєнний період.

З огляду на це, зазначимо, що війна в Україні та її перебіг стали тригером у позиціонуванні країни в глобальному рейтингу Global Soft Power Index щодо сприйняття національних брендів з охопленням у понад 100 тис. респондентів, яке проводить компанія Brand Finance. Індекс показує здатність країни впливати на інших за допомогою привабливості й переконання. Серед аналізованих показників — впливовість, упізнаваність і репутація країни¹⁴. Дослідження базується на таких показниках, як: бізнес і торгівля, медіа і комунікації, культура й спадщина, освіта і наука, люди і цінності, міжнародні відносини, врядування і сталий розвиток. У дослідженні 2023 р. в загальному рейтингу «м'якої сили» Україна посіла 37-ме місце із 121 представника (у 2021 р. — 61-ше). Протягом року Україна за рівнем впливовості піднялася із 45-го на 19-те місце. Відзначається «виняткова робота українських дипломатів та ефективне застосування дипломатичних інструментів». За рівнем упізнаваності Україна піднялася із 47-го на 14-те місце, за репутацією — із 70-го на 68-ме місце. Стрімке покращання позицій України в глобальному рейтингу сприйняття національних брендів створює сприятливі передумови для українських компаній для виведення національних брендів на міжнародні ринки і більш активного використання міжнародної системи охорони інтелектуальної власності.

На завершення необхідно висловити жаль, що Національна стратегія розвитку сфери інтелектуальної власності на період 2020—2025 років, яку було розроблено протягом 2019 р. за участі міжнародних і національних експертів і яка пройшла численні раунди дискусій, включаючи парламентські слухання, так і не набула офіційного статусу. Серед стратегічних цілей варто виокремити актуальні й сьогодні положення щодо стимулювання до винахідництва і креативності, просування й розвитку високої культури у сфері інтелектуальної власності, просвітницьку діяльність з метою поінформування широкої громадськості про роль інтелектуальної власності, підвищення зацікавленості в її захисті й підтриманні її прав, у тому числі й з використанням бренд-менеджменту, забезпечення національної системи інтелектуальної власності й національної економіки в цілому високопрофесійними кадрами. Реалізація цієї стратегії дозволила б суттєво покращити стан сфери інтелектуальної власності в Україні, що, у свою чергу, стимулювало б активізацію інноваційних процесів у країні.

¹⁴ Global Soft Power Index 2023. *Global Soft Power Summit 2023*. 2023. Mar 02 <https://softpower.brandfinance.com/2023/globalsoftpowerindex> (дата звернення: 04.03.2023).

ВИСНОВКИ

Розвиток економіки України до 24 лютого 2022 р., всупереч глобальним тенденціям становлення постіндустріального суспільства та інформаційної економіки, формування Індустрії 4.0, відбувся в умовах занепаду інноваційної сфери і перманентних реформ управління сферою інтелектуальної власності. Як наслідок, національні компанії і окремі особи поступово втратили потенціал щодо патентування винаходів, реєстрації торгових марок, використання брендингу як способів захисту інтелектуальної власності на міжнародному і національних ринках.

В Україні практично відсутня практика використання інтелектуальної власності, передусім бренду як нематеріального активу, у формуванні вартості компанії. Цінність бренду як нематеріального активу визначається не тільки товарними знаками, але й іншими об'єктами інтелектуальної власності, зокрема промисловими зразками, патентами, авторським правом тощо. Компанії країн з надійними системами охорони інтелектуальної власності безперервно вкладають кошти в розробку нових об'єктів права інтелектуальної власності, використовують міжнародні процедури реєстрації таких прав під егідою договірної бази BOIB.

Очікуваний приплив інвестицій транснаціональних компаній у повоєнний період неодмінно посилить конкуренцію на внутрішньому ринку за володіння об'єктами права інтелектуальної власності. У цьому зв'язку актуальним і нагально необхідним має стати опанування бізнесом сучасних інструментів бренд-менеджменту (мікроінструментів захисту прав і підвищення ефективності управління нематеріальними активами).

Індикаторами ефективності реалізації стратегії брендингу провідними компаніями світу стали рейтингові позиції у глобальних індексах, які складаються міжнародними консалтинговими компаніями Interbrand, Brand Finance і Kantar BrandZ™. Попри певні розбіжності в методологічних підходах і вартісних оцінках брендів у відповідних рейтингах, до Топ-5 кожного з них входять такі чотири бренди — Amazon, Apple, Google і Microsoft. За секторами переважають бренди, орієнтовані на технології. У Топ-100 рейтингів найбільше представлено бренди компаній із США і Китаю.

В Україні найвідомішим національним рейтингом найдорожчих брендів є рейтинг дослідницької компанії MPP Consulting. Проте сумарна вартість першої сотні українських брендів, за підсумками 2020 р., склала лише 6,2 млрд дол., що є в десятки разів меншим, ніж вартість брендів компаній-лідерів глобальних рейтингів. До Топ-100 традиційно входять бренди, які асоціюються з продуктами харчування, виробництвом алкоголю, пива і безалкогольних напоїв, ритейлом, фармацевтичним виробництвом, паливом і енергетикою.

Заявники на реєстрацію товарних знаків із США і Китаю за Мадридською системою забезпечують цим країнам лідируючі позиції у рейтингах BOIB. Кількість заявок на реєстрацію товарних знаків за процедурою Мадридської системи, поданих в Україні (391 заявка у 2021 р.),

є в десятки разів меншою, ніж у США і Китаї і з 2013 р. має виражену спадну тенденцію.

Через проблеми в управлінні сферою інновацій та її невід'ємною складовою — сферою інтелектуальної власності Україна втрачає позиції в Глобальному індексі інновацій.

Війна в Україні призвела до кардинальних змін у позиціонуванні країни в глобальному рейтингу Global Soft Power Index щодо сприйняття національних брендів, зокрема, у рейтингу «м'якої сили» Україна посіла 37-ме місце порівняно з 61-м у 2021 р. Покращення позицій створює сприятливі передумови для виведення національних брендів на міжнародні ринки і більш ефективного використання міжнародної системи охорони інтелектуальної власності.

Отже, виходячи з наведеного аналізу рекомендуємо Кабінету Міністрів України, Укрпатенту і науковій спільноті відновити роботу над Національною стратегією розвитку сфери інтелектуальної власності з урахуванням сучасних тенденцій у цій сфері й набуття Україною статусу країни — кандидата на членство в Європейському Союзі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Інноваційна Україна — 2020. Національна доповідь. За ред. В.М. Гейця та ін. Київ, НАН України, 2015. 336 с.
2. Єгоров І.Ю. Система комплексних індикаторів оцінки науково-технічної та інноваційної діяльності в контексті процесів євроінтеграції. *Наука та інновації*. 2016. № 4. С. 21—23.
3. Бажал Ю. Інноваційна економічна політика України: ліберальний поворот. У: Економічні свободи для зміцнення соціально-економічного розвитку України в умовах глобальних трансформацій. Наук. ред. В. Юрчишин. Центр Разумкова. Київ, Заповіт, 2020. С. 38—44. URL: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/21095>
4. Андрощук Г.О., Давимука С.А., Федулова Л.І. Національні інноваційні системи: еволюція, детермінанти результативності. Моногр. Київ, Парламентське видавництво, 2015. 512 с.
5. Хаустов В.К. Інноваційний вимір курсу України на євроінтеграцію. *Економіка і прогнозування*. 2018. № 2. С. 135—150. <https://doi.org/10.15407/eip2018.02.135>
6. Федулова Л.І. Тенденції інноваційного розвитку економіки України як результат державної політики. *Інноваційна економіка*. 2018. № 1-2. С. 11—19.
7. Гевко В.І. Інноваційна політика держави як чинник соціально-економічного розвитку. *Агросвіт*. 2020. № 10. С. 136—143. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.10.136>
8. Тарасюк М.В., Малярчук О.В. Сучасний стан реалізації інноваційної політики України та її фінансове забезпечення. *Економіка та держава*. 2017. № 1. С. 19—24.
9. Яцкевич І.В. Інноваційна політика України у післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-53>
10. Хаустов В.К. Інтелектуальна власність — потенціал інноваційного розвитку України. *Економіка України*. 2021. № 1. С. 69—83. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.01.069>

11. Чугрій Н.А. Роль нематеріальних активів у капіталізації вартості підприємств: зарубіжний досвід та вітчизняні реалії. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. Вип. № 5 (67). С. 204—210.
12. Шендригоренко М.Т. Нематеріальні активи підприємства як об'єкт обліку та аудиту. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 13. С. 625—628.
13. Юрченко О.В., Деділова Т.В., Кирчата І.М. Економічні аспекти впливу інтелектуальної власності на конкурентоспроможність підприємства. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2022. № 1 (28). С. 51—60. <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2022.28.51>
14. Бриль І.В. Формування та використання нематеріальних активів підприємств для підвищення їх капіталізації. Наукова доповідь. Інститут економіки промисловості НАН України. Київ, 2015. 71 с.
15. Деркач О.Г., Кузьміна А.О. Методичні підходи до формування бренд-орієнтованої системи управління підприємством. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2020. Вип. 5 (79). С. 140—147.
16. Дядик Т.В. Брендінг та інтернет-брендінг — найважливіші інструменти формування бренду підприємства. *Економічний простір*. 2020. № 156. С. 124—128.

Надійшла 31.03.2023

Прорецензована 25.04.2023

Доопрацьована 27.04.2023

Підписана до друку 02.05.2023

REFERENCES

1. Innovative Ukraine – 2020. National report. V.M. Heyets et al. (Eds.). Kyiv, 2015 [in Ukrainian].
2. Yegorov I.Yu. System of integrated indicators for the assessment of scientific-technical and innovation activities in the context of European integration. *Science and Innovation*, 2016, No. 4, pp. 21-23 [in Ukrainian].
3. Bazhal Iu. Innovative Economic Policy of Ukraine: the Liberal Turn. In: Economic freedom to strengthen Ukraine's social and economic development in the context of global transformations. V. Yurchyshyn (Ed.). Kyiv, 2020, pp. 38-44. URI: <http://ekmair.ukma.edu.ua/handle/123456789/21095> [in Ukrainian].
4. Androshchuk H.O., Davymuka S.A., Fedulova L.I. National innovation systems: evolution, efficiency determinants. Kyiv, 2015 [in Ukrainian].
5. Khaustov V. The innovative measurement of Ukraine's euro-integration commitment. *Economy and Forecasting*, 2018, No. 2, pp. 135-150. <https://doi.org/10.15407/eip2018.02.135> [in Ukrainian].
6. Fedulova L.I. Trends of innovative Ukraine's economy development as the results of the state policy. *Innovative Economy*, 2018, No. 1-2, pp. 11-19 [in Ukrainian].
7. Hevko V. State innovation policy as a factor of socio-economic development. *Agrosvit*, 2020, No. 10, pp. 136-143. <https://doi.org/10.32702/2306-6792.2020.10.136> [in Ukrainian].
8. Tarasyuk M., Maliarchuk O. Modern innovation policy in Ukraine: implementation and financing. *Economy and State*, 2017, No. 1, pp. 19-24 [in Ukrainian].
9. Yatskevych I. Innovation policy of Ukraine in the postwar period. *Economy and Society*, 2022, Vol. 39. <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-53> [in Ukrainian].

10. Khaustov V. Intellectual property is the potential for innovative development of Ukraine. *Economy of Ukraine*, 2021, No. 1, pp. 69-83. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2021.01.069> [in Ukrainian].
11. Chuhriy N.A. The role of intangible assets in the capitalization of enterprise value: foreign experience and domestic realities. *Problems of systemic approach in the economy*, 2018, Vol. 5 (67), pp. 204-210 [in Ukrainian].
12. Shendryhorenko M.T. Intangible assets as an object enterprise of accounting and auditing. *Global and National Problems of Economy*, 2016, Vol. 13, pp. 625-628 [in Ukrainian].
13. Yurchenko O., Dedilova T., Kyrchata I. Economic aspects of influence of intellectual property on competitiveness of enterprise. *Problems and prospects of entrepreneurship development*, 2022, No. 1 (28), pp. 51-60. <https://doi.org/10.30977/PPB.2226-8820.2022.28.51> [in Ukrainian].
14. Bryl I.V. Formation and use of intangible assets of enterprises to increase their capitalization. Kyiv, 2015 [in Ukrainian].
15. Derkach O., Kuzmina A. Methodical approaches to brand-oriented enterprise management. *Problems of systemic approach in the economy*, 2020, Vol. 5 (79), pp. 140-147 [in Ukrainian].
16. Diadyk T. Branding and internet branding are the most important tools of enterprise brand formation. *Economic Scope*, 2020, No. 156, pp. 124-128 [in Ukrainian].

Received on March 31, 2023

Reviewed on April 25, 2023

Revised on April 27, 2023

Signed for printing on May 2, 2023

Volodymyr Khaustov, PhD (Engineering), Senior Research Fellow,
Honored Economist of Ukraine, Scientific Secretary
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

BRANDS IN THE INTELLECTUAL PROPERTY SPHERE

Until February 24, 2022, the development of Ukrainian economy was taking place in the conditions of innovation sphere decline and permanent reforms in the management of intellectual property area. As a result, national companies and private individuals were gradually losing potential for patenting inventions, registering trademarks, and using branding as ways to protect intellectual property on international and national markets. The expected influx of investments from transnational companies in the post-war period will certainly spur competition in the domestic market for ownership of intellectual property rights.

Brands are an important strategic asset of capitalization and a source of competitive advantages for companies in most countries of the world and on global markets. The problematic aspects of strategic development of intellectual property sphere in Ukraine are considered in the context of the implementation of leading transnational companies' experience regarding the use of brands as indicators of intangible assets value. A comparative analysis of well-known brand value rankings in the world and in Ukraine is conducted. It is shown that the value of the most expensive brands of Ukrai-

nian companies is hundreds of times lower (\$683.852 billion for Amazon and \$525 million for Morshynska) than the value of transnational companies' brands.

It is noted that, in contrast to the global trend of rise at high rate in applications for the registration of rights to intellectual property objects, a downward trend is recorded in Ukraine, primarily with regard to the trademark registration according to the internationally recognized Madrid system.

In view of this, it is proposed to resume work on the National Strategy for the Development of Intellectual Property Sphere, taking into account modern trends in this area and Ukraine's acquisition of the status of candidate for membership in the European Union.

Keywords: *brands; branding; intellectual property; innovations; global brand rankings.*



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.023>
УДК 330.5.057.7:338.012
JEL: E270, E220

О.І. НИКИФОРУК, д-р екон. наук, старший науковий співробітник,
завідувачка відділу розвитку інфраструктури
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: elena.nikiforuk@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7376-3373>

О.М. СТАСЮК, канд. екон. наук,
старший науковий співробітник відділу розвитку інфраструктури
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: stasyuk_o_m@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4701-5598>

Н.О. ФЕДЯЙ, канд. екон. наук,
молодший науковий співробітник відділу розвитку інфраструктури
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: chaicynan@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6529-1078>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МУЛЬТИПЛІКАТИВНІ ЕФЕКТИ ВІД РЕАЛІЗАЦІЇ ВЕЛИКИХ ІНФРАСТРУКТУРНИХ ПРОЄКТІВ ДЛЯ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

Розглянуто питання важливості й необхідності проведення оцінки соціально-економічних мультиплікативних ефектів від реалізації інвестицій у великі інфраструктурні проєкти для економіки України. Розкрито основні аспекти методичного підходу такої оцінки. Наведено результати апробації методоло-

Ц и т у в а н н я: Никифоров О.І., Стасюк О.М., Федяй Н.О. Соціально-економічні мультиплікативні ефекти від реалізації великих інфраструктурних проєктів для української економіки. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 23—34. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.023>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

гічного підходу на основі розрахунків соціально-економічних ефектів від реалізації великого інфраструктурного проєкту будівництва споруди підприємства електроенергетики.

Ключові слова: соціально-економічні мультиплікативні ефекти; інфраструктурний проєкт; зайнятість; створення робочих місць; таблиця «витрати-випуск»; вид економічної діяльності; випуск; капітальні інвестиції.

Реалізація великих інфраструктурних проєктів здатна впливати на макроекономічні показники в економіці країни, у тому числі через соціально-економічні мультиплікативні ефекти, що першочергово утворюються у виді економічної діяльності (ВЕД) «Будівництво». У даному контексті інвестиції проєкту викликають ланцюгову реакцію у вигляді приросту (прямого і непрямого) зайнятості, генеруючи створення нових робочих місць. Прямий приріст зайнятості (робочих місць) виникає в результаті безпосередньої реалізації проєкту. У свою чергу, непрямий приріст зайнятості проявляється через залучення до проєкту суміжних видів економічної діяльності, які є постачальниками, підрядниками, виробниками суміжної продукції тощо. Непрямий приріст також визначається збільшенням трудомісткості, яка розраховується виходячи з аналізу приросту випуску продукції у відповідних видах економічної діяльності й чисельності зайнятих у кожному з цих ВЕД.

Згідно з економічною теорією, соціально-економічні мультиплікативні ефекти від реалізації великих інфраструктурних проєктів найбільшою мірою проявляються в умовах існування досить високого безробіття або неповної зайнятості в економіці. Оскільки в Україні рівень безробіття протягом тривалого періоду коливався від 7,7 % (2013 р.) до 10,3 % (2021 р.), то очевидно, що розрахунок мультиплікаційних ефектів від реалізації великих інфраструктурних проєктів матиме значний прояв для подібних періодів. Виходячи з цього важливо сформулювати підхід до оцінювання соціально-економічних мультиплікативних ефектів від виконання великих інфраструктурних проєктів і здійснювати таку оцінку. На нашу думку, поточна методологія оцінювання доцільності інвестування в інфраструктурні проєкти на державному рівні не враховує, по-перше, особливостей великих інфраструктурних промислових підприємств, що належать державі, і, по-друге, додаткових супутніх позитивних впливів від великих інвестиційних проєктів на регіональну й національну економіку, що зазвичай виникають.

Відповідно до стандартної методики для прийняття рішень щодо інвестицій у промислові об'єкти, потрібно розраховувати *проєктні показники внутрішнього характеру*: чисту приведену вартість; внутрішню норму дохідності; дисконтований період окупності; індекс прибутковості, що закріплено, зокрема, такими нормативними актами, як: 1) Порядок та методологія проведення оцінки інвестиційного проєкту

із значними інвестиціями¹; 2) Порядок відбору державних інвестиційних проектів, затверджений відповідною Постановою Кабінету Міністрів України²; 3) ДБН А.2.2-3:2014. Склад та зміст проектної документації на будівництво³.

Для інфраструктурних проектів, що отримують бюджетну підтримку, додатково до їх економічної ефективності й показників самоокупності, необхідно визначити характеристики очікуваної сталості результатів за такими складовими: посилення фінансово-економічної спроможності громади; результати проекту щодо збільшення надходжень до місцевого бюджету або зростання доходів (обсягів виробництва, послуг) установ, організацій чи комунальних підприємств громади. Порядок відбору інфраструктурних проектів, які фінансуються і/або витрати яких рефінансуються за кошти державного бюджету, закріплено в Методичних вказівках Мінрегіону і передбачає оцінювання бюджетної ефективності. Проте жоден документ не пропонує оцінювати вплив інвестицій за проектом на приріст ВВП країни і регіону, зайнятість і/або інші супутні макроекономічні впливи.

Моделювання макроекономічних мультиплікаційних ефектів і результати їх оцінки доповнюють традиційну модель оцінювання ефективності інвестиційних проектів з позицій кількісної і якісної оцінки всіх наслідків їх реалізації, допомагають визначити пріоритетність державних капітальних інвестицій і показують мультиплікаційні економічні ефекти. Головне завдання імплементації великих інвестиційних проектів — задоволення потреб суспільства, для чого потрібно враховувати низку ефектів, які ним (проектом) породжуються: макроекономічних, соціально-економічних, регіональних, екологічних, фінансових тощо. Дані підходи слід запровадити на державному рівні, розробивши відповідну методику, що сприятиме створенню сукупності економічних інструментів для більш ефективного державного інвестування в проекти і програми розвитку критичної інфраструктури, а також виробленню пропозицій і рекомендацій щодо інвестиційної політики держави.

Отже, **мета статті** — обґрунтувати важливість визначення соціально-економічних мультиплікативних ефектів для економіки України від реалізації великих інфраструктурних проектів на основі запропонованого методичного підходу і представити результати його апробації.

¹ Про затвердження Порядку та методології проведення оцінки інвестиційного проекту із значними інвестиціями. Постанова Кабінету Міністрів України № 819 від 28.07.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/819-2021-%D0%BF#Text>

² Деякі питання управління державними інвестиціями. Постанова Кабінету Міністрів України № 571 від 22.07.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/571-2015-%D0%BF#Text>

³ Склад та зміст проектної документації на будівництво. ДБН А.2.2-3:2014. Київ, Мінрегіон України, 2014. 44 с. URL: <http://dreamdim.ua/wp-content/uploads/2018/08/DBN-A.2.2-3-2014.pdf?fbclid=IwAR3Y4wb2WdmHTTSLHjvUlZxwlhYscH54j6thT5aQqTDHtTZgVMI5pGlvYIU>

Методологія. Соціально-економічні мультиплікативні ефекти для економіки країни від реалізації великих інфраструктурних проєктів пропонується оцінювати з двох позицій: 1) формування повного приросту зайнятості; 2) створення додаткових фінансових ресурсів через проведення розрахунків для однієї з ітерацій шляхом комплексного аналізу міжгалузевих зв'язків, тобто виявлення масштабів впливу інфраструктурного проєкту за межі тих видів економічної діяльності, які безпосередньо залучені в нього.

Виходячи з того, що кожен вид економічної діяльності має прямі й непрямі зв'язки з окремими ВЕД, які забезпечують необхідними матеріалами його функціонування і надають послуги, великий інфраструктурний проєкт розглядається, з одного боку, як система з низкою внутрішніх зв'язків, яка не ізольована від зовнішніх взаємодій, а з іншого — як елемент системи міжгалузевих зв'язків. Важливість прямих і міжгалузевих зв'язків у соціально-економічному розрізі ілюструє мультиплікатор зайнятості^{4, 5} [1; 2; 3]. Це коефіцієнт, що дозволяє визначити загальну кількість додаткових робочих місць, створених у економіці, й показує, як створення або знищення будівництва чи виробництва в певному виді економічної діяльності приводить до поширення змін зайнятості в економіці країни. За теорією розрахунку мультиплікатора зайнятості, його прийнято обчислювати в еквіваленті на 100 робочих місць. Отже, мультиплікатор зайнятості розраховується як співвідношення повного приросту зайнятих до прямого приросту створених за проєктом робочих місць за формулою

$$M_E = EMP_f / EMP_{\text{проєкту}}, \quad (1)$$

де M_E — мультиплікатор зайнятості; EMP_f — повний приріст зайнятості; $EMP_{\text{проєкту}}$ — прямий приріст зайнятості (кількість створених за проєктом робочих місць).

Для розрахунку мультиплікатора зайнятості необхідно визначити повний приріст кількості згенерованих проєктом робочих місць у економіці, одержуваний шляхом перемноження коефіцієнтів трудомісткості i -го ВЕД на додатковий Випуск за i -м ВЕД, де ініційовано реалізацію інфраструктурного проєкту:

$$EMP_f = K_i \cdot Y_{\text{інв.}}, \quad (2)$$

де K_i — коефіцієнт трудомісткості; $Y_{\text{інв.}}$ — приріст Випуску за i -м ВЕД.

⁴ Деякі питання управління державними інвестиціями. Постанова Кабінету Міністрів України № 571 від 22.07.2015 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/571-2015-%D0%BF#Text>

⁵ Type I UK employment multipliers and effects, reference year 2015. *Office for national statistics*. 2019. Mar 13. URL: <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/supplementaryandusables/adhocs/009746typeiukemploymentmultipliersandeffectsreferenceyear2015> (дата звернення: 20.02.2023).

Коефіцієнт трудомісткості i -го ВЕД розраховується як відношення чисельності зайнятих у i -му ВЕД до обсягів Випуску i -го ВЕД за формулою

$$K_i = EMP_i / Y_i, \quad (3)$$

де EMP_i — чисельність зайнятих у i -му ВЕД; Y_i — обсяги випуску i -го ВЕД.

Щоб розрахувати додатковий Випуск i -го ВЕД ($Y_{\text{інв.}}$), ініційований реалізацією інфраструктурного проекту, необхідно провести поетапні обчислення з використанням таблиць «витрати-випуск» і даних проектної документації, а також сформувати такі матриці: матрицю технологічної структури Валового нагромадження основного капіталу (ВНОК); одиничну матрицю I-A(-1) (матриця коефіцієнтів повних витрат) та інвестиційну матрицю. Переходячи до розкриття питання створення додаткових фінансових ресурсів у економіці за рахунок реалізації великого інфраструктурного проекту, зазначимо, що основу розрахунків становлять дані обсягів інвестицій проектів, що дозволяє отримати низку соціально-економічних мультиплікативних ефектів.

Мультиплікативний ефект створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн грн інвестицій проекту демонструє кількість створених робочих місць у економіці завдяки вкладенню 1 млн грн державних інвестицій у інфраструктурний проект. Даний ефект визначається за формулою

$$EMP_{\text{проекту}} = EMP_f / I_{\text{проекту}}, \quad (4)$$

де $EMP_{\text{проекту}}$ — приріст зайнятих (створення робочих місць) за рахунок 1 млн інвестицій проекту; $I_{\text{проекту}}$ — обсяг інвестицій інфраструктурного проекту.

Мультиплікативний ефект створення робочих місць у національній економіці в цілому за рахунок 1 млн грн приросту згенерованого проектом Випуску демонструє кількість створених додаткових робочих місць у економіці завдяки кожному додатковому 1 млн грн приросту Випуску в i -му ВЕД, що утворився в результаті реалізації проекту в усіх ВЕД. Даний ефект визначається за формулою

$$EMPY_{\text{інв.}} = EMP_f / Y_{\text{інв.}}, \quad (5)$$

де $EMPY_{\text{інв.}}$ — створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн приросту згенерованого проектом Випуску ($Y_{\text{інв.}}$).

Мультиплікативний ефект створення додаткових фінансових ресурсів у економіці за рахунок одного залученого в проект працівника демонструє кількість створених фінансових ресурсів у економіці в результаті створення прямих (безпосередніх) робочих місць за проектом. Даний ефект визначається за формулою

$$F = Y_{\text{інв.}} / EMP_{\text{проекту}}, \quad (6)$$

де F — приріст фінансових ресурсів у економіці за рахунок одного залученого в проєкт працівника.

Не менш важливим питанням і невід’ємною частиною для одержання результатів оцінки мультиплікативних ефектів за представленим підходом є *формування техніко-інформаційного забезпечення розрахунків*. Основними джерелами статистичної інформації є, по-перше, дані проєктної документації конкретного проєкту, по-друге, офіційні статистичні дані, що надає Державна служба статистики України (табл. 1).

Після збирання інформаційної бази підготовчим етапом для здійснення розрахунків є відбір і систематизація статистичних показників з метою формування техніко-інформаційного забезпечення розрахунків, а саме агрегування 21 стандартної секції ВЕД у 16 груп. Таке агрегування є необхідним з огляду на тривалий (більше 10 років) період реалізації проєктів і зміни в методології обчислення й представлення таблиці «витрати-випуск», а отже, і класифікації ВЕД, що ускладнює здійснення розрахунків та їх порівняння за роками. Основними показниками, що найбільш

Таблиця 1. Джерела інформації для проведення розрахунків соціально-економічних мультиплікативних ефектів від реалізації великого інфраструктурного проєкту для економіки України

Показники	Джерело
Кількість зайнятих (створення нових робочих місць)	ПД
Інвестиції проєкту	ПД
ВВП у фактичних цінах (номінальний ВВП)	ДССУ
ВВП у постійних цінах 2016 р. (реальний ВВП)	ДССУ
Валова додана вартість у основних цінах (ВДВ)	ДССУ
Капітальні інвестиції	ДССУ
Капітальні інвестиції у будівництво	ДССУ
Випуск (річний обсяг виробництва)	ДССУ
Валове нагромадження основного капіталу	ДССУ
Проміжне споживання	ДССУ
Проміжне споживання за ВЕД «Будівництво»	ДССУ
Зайнятість населення (сукупна зайнятість)	ДССУ
Зайняте населення за ВЕД «Будівництво»	Ukrstat.org
Кількість зареєстрованих безробітних в Україні	МінфінМедіа
Рівень безробіття в Україні	МінфінМедіа
Оплата праці найманих працівників	ДССУ
Оплата праці найманих працівників за ВЕД «Будівництво»	ДССУ

Джерело: складено авторками за даними: ПД — проєктна документація; ДССУ — Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>; Ukrstat.org — публікація документів Державної служби статистики України; МінфінМедіа — Український портал про фінанси і інвестиції (консолідовані дані з посиланням на офіційну статистику). URL: <https://minfin.com.ua/>

повно відображають соціально-економічне значення реалізації проекту будівництва об'єкта інфраструктури для економіки України, визначено:

1) *мультиплікатор зайнятості* — дозволяє визначити загальну кількість створених у економіці додаткових робочих місць на 100 створених за проектом робочих місць, тобто відображає зміни в показнику зайнятості в усій економіці країни;

2) *мультиплікаційний ефект створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн грн інвестицій проекту* — демонструє кількість створених робочих місць у економіці завдяки вкладенню 1 млн грн державних інвестицій у проект;

3) *мультиплікаційний ефект створення робочих місць у національній економіці в цілому за рахунок 1 млн грн приросту згенерованого проектом Випуску* — демонструє кількість створених додаткових робочих місць у економіці завдяки кожному додатковому 1 млн грн приросту виробництва в галузі будівництва, що утворився в результаті реалізації проекту в усіх галузях;

4) *мультиплікаційний ефект створення додаткових фінансових ресурсів у економіці за рахунок одного залученого в проект працівника* — демонструє кількість створених фінансових ресурсів у економіці в результаті створення проектом прямих (безпосередніх) робочих місць.

Результати розрахунків. Апробацію методичного підходу здійснено на основі даних про інвестування у великий інфраструктурний проект у сфері будівництва споруд підприємств електроенергетики, період реалізації якого тривав в Україні понад 10 років. Розрахунок мультиплікатора зайнятості за ВЕД «Будівництво» показує, по-перше, що найбільшими його значення були у 2014 р. — 2,84, у 2012 р. — 2,20, у 2013 р. — 1,78, у 2018 р. — 1,24 і у 2015 р. — 1,05, що показує генерування нових робочих місць по всій структурі економіки за рахунок реалізації проекту будівництва споруд підприємства електроенергетики на кожні 100 робочих місць (табл. 2).

По-друге, було розраховано мультиплікаційний ефект від створення робочих місць за рахунок інвестицій проекту, динаміку якого наведено на рис. 1 в табл. 3. Значення розрахованого мультиплікативного ефекту від створення робочих місць у національній економіці за рахунок 1 млн грн інвестицій проекту мають значне коливання і становлять від 86,4 до 385,1 робочого місця; максимальне значення показника зафіксовано у 2018 р. — 385,1 робочого місця (рис., табл. 3). Така динаміка зазначеного мультиплікаційного ефекту за рахунок інвестицій пов'язана з декількома факторами: 1) значним обсягом інвестицій у зазначені роки (період), 2) високим додатковим приростом Випуску. Зауважимо, що найбільший ефект додаткового приросту Випуску за рахунок інвестицій проекту формується в тих видах економічної діяльності, які характеризуються високою часткою матеріальних витрат у Випуску і низькою часткою імпорту в проміжному споживанні, що особливо чітко прояв-

Таблиця 2. Мультиплікатор зайнятості сукупно за ВЕД у розрахунку на кожні 100 робочих місць у 2010—2019 рр.

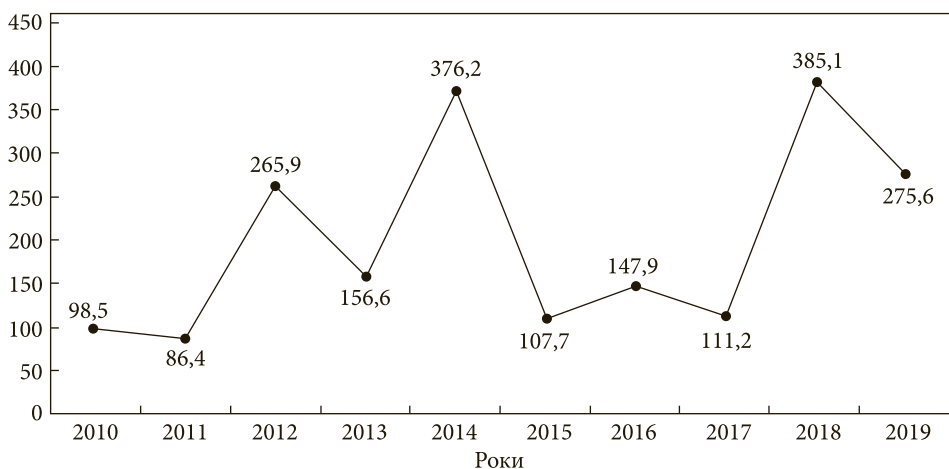
Види економічної діяльності	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Сільське, лісове та рибне господарство	0,12	0,31	8,13	4,49	37,40	3,00	0,82	1,5	2,36	0,60
Промисловість	3,65	4,73	39,09	41,74	24,31	12,72	5,50	8,9	13,18	4,68
Будівництво	0,03	0,35	8,50	6,12	11,03	3,52	1,52	3,4	4,47	2,10
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	0,20	0,36	1,42	1,22	23,65	15,26	6,74	11,6	21,50	5,35
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	0,23	0,45	1,97	1,95	8,57	5,16	1,36	2,8	3,72	2,06
Тимчасове розміщування й організація харчування	0,13	0,18	2,58	1,38	3,44	1,61	0,49	0,6	0,56	0,25
Інформація та телекомунікації	0,11	0,22	2,04	2,12	2,47	1,18	0,43	1,0	1,55	0,45
Фінансова та страхова діяльність	0,18	0,91	7,57	4,27	5,90	2,33	1,42	1,5	4,15	0,92
Операції з нерухомим майном	0,20	0,54	2,06	2,16	3,39	2,64	1,54	2,8	4,65	1,37
Професійна, наукова та технічна діяльність	10,73	3,78	131,47	101,16	145,02	49,63	21,15	36,2	58,27	15,39
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	2,52	15,30	3,05	2,70	4,14	1,41	0,62	1,1	1,47	0,48
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	0,06	0,10	0,45	0,61	0,49	0,18	0,22	0,5	0,66	0,28
Освіта	0,01	0,01	0,14	0,10	0,10	0,03	0,25	0,8	0,62	0,17
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	0,12	0,54	0,26	0,28	0,14	0,14	0,13	0,2	0,16	0,05
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	0,07	0,09	0,28	3,38	0,58	0,43	0,23	0,7	1,10	0,16
Інші види економічної діяльності	0,01	0,03	11,22	4,53	13,74	5,73	3,29	4,3	5,46	1,50
Мультиплікатор зайнятості в розрахунку на кожні 100 робочих місць сукупно за всіма ВЕД	0,18	0,28	2,20	1,78	2,84	1,05	0,46	0,78	1,24	0,36

Джерело: складено авторками на основі власних розрахунків.

Таблиця 3. Мультиплікаційні ефекти, що характеризують соціально-економічне значення проекту будівництва споруд підприємств електроенергетики

№	Вихідні й розрахункові показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
1	Інвестиції проекту, млн грн	356,9	618,1	1634,1	2262,0	1505,9	1959,7	627,6	1440,3	663,7	269,6
3	Приріст Випуску за рахунок інвестицій проекту (дисконтований), млн грн	2301,6	2427,3	2307,0	2300,9	2150,7	2076,6	2357,7	2355,9	2381,8	2375,2
3	Прямий приріст робочих місць проекту, осіб	1876,0	1914,0	1973,0	1988,0	1992,0	2011,0	2030,0	2056,0	2063,0	2074,0
4	Повний приріст робочих місць у економіці країни, створених проектом, тис. осіб	35,1	53,4	434,5	354,3	566,5	211,1	92,8	160,2	255,6	74,3
5	Створення додаткових фінансових ресурсів у економіці за рахунок одного залученого в проект працівника, млн грн	1,2	1,3	1,2	1,2	1,1	1,0	1,2	1,1	1,2	1,1
6	Створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн грн інвестицій проекту, осіб	98,5	86,4	265,9	156,6	376,2	107,7	147,9	111,2	385,1	275,6
7	Створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн грн повного приросту Випуску, згенерованого проектом, осіб	9,3	6,4	4,7	4,2	4,9	3,5	2,8	2,2	1,8	1,5

Джерело: складено авторками на основі власних розрахунків.



Створення робочих місць у економіці в цілому за рахунок 1 млн грн інвестицій проекту, особи/млн грн

Джерело: побудовано авторками на основі проведених розрахунків.

ляється в кризові роки за умов високого обсягу інвестицій і одночасного падіння ВВП (останнє позначається на розрахунковому мультиплікаційному ефекті, що є значним).

По-третє, було розраховано створення робочих місць у національній економіці на 1 млн грн додаткового приросту Випуску, згенерованого проектом (табл. 3, рядок 7). Розрахунки демонструють чітку спадну тенденцію протягом розрахункового періоду: найвищі значення характерні для початку будівництва, тобто на стадії найбільших інвестицій — 9,3 робочого місця у 2010 р., і поступове зниження цього показника до 1,5 робочого місця у 2019 р. — на завершальній стадії будівництва.

По-четверте, мультиплікаційний ефект створення додаткових фінансових ресурсів у економіці за рахунок одного залученого в проект працівника: у 2010 р. — 1,2 млн грн, у 2011 р. — 1,3 млн грн, у 2012 р. — 1,2 млн грн, у 2013 р. — 1,2 млн грн, у 2014 р. — 1,1 млн грн, у 2015 р. — 1,0 млн грн, у 2016 р. — 1,2 млн грн, у 2017 р. — 1,1 млн грн, у 2018 р. — 1,2 млн грн, у 2019 р. — 1,1 млн грн. Зауважимо, що для отримання даного розрахунку проведено дисконтування приросту Випуску, який відбувся завдяки реалізації проекту.

ВИСНОВКИ

Як показує проведене дослідження, соціально-економічні мультиплікативні ефекти від великих інфраструктурних проектів для економіки України доцільно оцінювати через формування повного приросту зайнятості й створення додаткових фінансових ресурсів.

Як довела апробація методичного підходу, на стадії реалізації проекту будівництва споруди підприємства електроенергетики соціально-

економічні мультиплікаційні ефекти є суттєвими для економіки України. За рахунок інвестицій у проект будівництва споруд підприємств електроенергетики у період будівництва було створено в середньому 1885 робочих місць на рік безпосередньо в проєкті й додатково в економіці України — 22 тис. тимчасових робочих місць за весь розрахунковий період. Тим не менш, інтерпретувати запропоновані результати розрахунків варто досить обережно, оскільки представлена методика є лише частиною більш глибокого і комплексного економічного аналізу для визначення інвестиційних пріоритетів держави або певного вибору в розробці її економічної політики.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Bivens J. Updated employment multipliers for the U.S. economy. Report. *The Economic Policy Institute*. 2019. Jan 23. URL: <https://www.epi.org/publication/updated-employment-multipliers-for-the-u-s-economy/> (дата звернення: 20.02.2023).
2. Demski J. Understanding IMPLAN: Multipliers. *IMPLAN*. 2020. May 28. URL: <https://blog.implan.com/understanding-implan-multipliers> (дата звернення: 20.02.2023).
3. Cetnarski E. The Employment Multiplier — An Important Tool For Promoting The Burgeoning Green Economy. *TriplePundit Brand Studio*. 2011. May 04. URL: <https://www.triplepundit.com/story/2011/employment-multiplier-important-tool-promoting-burgeoning-green-economy/77886> (дата звернення: 20.02.2023).

Надійшла 28.02.2023

Прорецензована 03.03. 2023

Підписана до друку 10.03.2023

REFERENCES

1. Bivens J. Updated employment multipliers for the U.S. economy. Report. *The Economic Policy Institute*, 2019, Jan 23. URL: <https://www.epi.org/publication/updated-employment-multipliers-for-the-u-s-economy/> (accessed on: 20.02.2023).
2. Demski J. Understanding IMPLAN: Multipliers. *IMPLAN*, 2020, May 28. URL: <https://blog.implan.com/understanding-implan-multipliers> (accessed on: 20.02.2023).
3. Cetnarski E. The Employment Multiplier — An Important Tool For Promoting The Burgeoning Green Economy. *TriplePundit Brand Studio*, 2011, May 04. URL: <https://www.triplepundit.com/story/2011/employment-multiplier-important-tool-promoting-burgeoning-green-economy/77886> (accessed on: 20.02.2023).

Received on February 28, 2023

Reviewed on March 3, 2023

Signed for printing on March 10, 2023

Olena Nykyforuk, Dr. Sci. (Econ.), Senior Research Fellow,
Head of the Department of the Development of Infrastructure
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

Olha Stasiuk, PhD (Econ.),
Senior Research Fellow of the Department of the Development of Infrastructure
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

Natalia Fediai, PhD (Econ.),
Junior Research Fellow of the Department of the Development of Infrastructure
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

SOCIO-ECONOMIC MULTIPLIER EFFECTS FROM THE IMPLEMENTATION OF LARGE INFRASTRUCTURE PROJECTS FOR UKRAINIAN ECONOMY

The determination of the socio-economic priorities of the state's development should be based on objective and accurate conclusions regarding the current state of the country's socio-economic development, which are confirmed by actual calculations aimed at the determination of the socio-economic multiplier effects for the national economy from the implementation of large infrastructure projects.

Proposed methodical approach is based on the determination of effects from the implementation of infrastructure project through the calculation of employment multiplier and multiplier effects from additional increase in output using a comprehensive analysis of inter-industry relations, as well as the identification of the scope of infrastructure project's impact, which extends to other types of economic activity directly involved therein. The approach allows to calculate the following multiplier effects: 1) job creation in the economy as a whole per UAH 1 million investment in the project; 2) job creation in the national economy as a whole per UAH 1 million increase in the output generated by the project; 3) creation of additional financial resources in the economy per one employee involved in the project.

Approbation of the approach consists in the actual calculations made on the basis of design data for specific infrastructure project in the field of long-term construction of electric power enterprises facilities. The results of the methodical approach approbation show significant socio-economic multiplier effects for the economy of Ukraine. For example, during the 10-year construction period of aforementioned infrastructure object, in addition to direct employment in the project itself, 22,000 workers were temporarily employed in the economy of Ukraine, involved indirectly in related sectors of economy that serviced the project.

Keywords: *socio-economic multiplier effects; infrastructure project; employment; job creation; the expenditure-output table; type of economic activity; output; capital investments.*

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.035>

УДК 657.05:004.9

JEL: M29, M41, L86

Г.В. НАШКЕРСЬКА, канд. екон. наук, доц., доцент кафедри обліку і аудиту
Львівський національний університет імені Івана Франка
вул. Університетська, 1, 79000, Львів, Україна
e-mail: halyna.nashkerska@lnu.edu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0461-2920>

АКТИВИ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ: ІДЕНТИФІКАЦІЯ, ІНТЕГРАЦІЯ І ВІДОБРАЖЕННЯ В ОБЛІКУ

Визначено вплив активів інформаційних технологій на реалізацію обраної стратегії діяльності підприємств. Розкрито головні напрями інвестування підприємств у ІТ-активи для забезпечення стратегії розвитку й очікувані переваги в результаті інтеграції з активами діяльності. Встановлено, що ІТ-активи є високотехнологічними, тому в складі одного об'єкта обліку є одночасно фізична і нематеріальна компоненти, терміни використання і зміни вартості яких можуть бути різними. Показано, що визнання ІТ-активів у складі основних засобів або нематеріальних активів здійснюється підприємством на основі судження і суттєво впливає на балансову вартість необоротних активів.

Ключові слова: інформаційні технології; ІТ-активи; інвестування; інтеграція; високотехнологічні активи; матеріальні компоненти; нематеріальні компоненти; визнання; облік.

Важливим чинником ефективності діяльності підприємств в умовах конкуренції, зростаючих вимог покупців, змін чинного законодавства, постійного вдосконалення технологій і притаманній бізнес-середовищу невизначеності умов функціонування є можливість оператив-

Ц и т у в а н н я: Нашкерська Г.В. Активи інформаційних технологій: ідентифікація, інтеграція і відображення в обліку. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 35—50. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.035>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

ного й відповідного реагування на зміни і невизначеності, що є важливим чинником ефективної діяльності, прибутковості й зростання вартості підприємства для власників. Реагування підприємств на зміни навколишнього середовища може забезпечити створення нових продуктів, додаткових каналів збуту з орієнтацією на нові групи покупців, що вимагає реструктуризації виробничої програми, припинення окремих видів діяльності й здійснення значних інвестицій для розробки і просування нових продуктів, окупність яких можлива в тривалому періоді. Водночас підприємства можуть реагувати на зміни кон'юнктури ринку зниженням цін на існуючі продукти, коригуванням характеристик продуктів (включаючи додавання нових функцій), здійсненням спільного продажу товарів, зниженням собівартості виробництва, формуванням оптимальних ланцюгів постачання і продажу, що забезпечить можливість отримання швидкого результату. Здобуття переваг і зростання ринкової капіталізації підприємств забезпечуються інвестиціями в дослідження, розробки та інформаційні технології.

Дослідження інформаційних систем та інформаційних технологій на підприємствах проводилися низкою українських науковців, зокрема, такими як Л.І. Бурдонос, С.Т. Слюсар, Г.М. Пурій, Н.П. Юрчук, М.Р. Лучко, О.В. Адамик, О.В. Грицунов, В.Т. Сусіденко та інші.

Так, Н.П. Юрчук розглядає інформаційні системи і технології як інновацію в системі управління бізнес-процесами і вважає їх інструментом, що забезпечує оперативне отримання управлінської, фінансової та іншої інформації, яка в кінцевому підсумку дозволяє приймати правильні рішення [1]. Г.М. Пурій обґрунтовує необхідність застосування інформаційної системи як потужного інструмента забезпечення конкурентоспроможності сучасного підприємства, що досягається веденням безперервного обліку і контролю за станом і рухом його ресурсів, отримання інформації про результати діяльності в режимі реального часу, що забезпечує можливість швидко здійснювати підготовку аналітичних документів, прогнозів і планів робіт на основі достовірної та повної інформації про діяльність підприємства, яка доступна в будь-який момент часу [2]. Л.І. Бурдонос і С.Т. Слюсар вважають, що в управлінні економікою підприємства інформаційна система виконує такі завдання, як обробка інформації у всіх необхідних для цілей управління аспектах, відстеження і формування необхідної внутрішньої і зовнішньої інформації для управління, накопичення, систематизація, збереження, відновлення всієї необхідної інформації, визначення основних показників техніко-економічного рівня виробництва і господарської діяльності, а також інформаційну, оптимізаційну і документальну роль [3]. Ефективність використання інформаційних технологій за критеріями зниження витрат на обробку інформації, покращення її якості розглядали В.І. Кравець, Т.В. Слісаренко, А.А. Ри-

бидайло, М.І. Шпура, С.В. Полішко, Н.М. Андріянова, І.Г. Зотова, за критеріями зростання прибутковості, збільшення чистого грошового потоку і приросту власного капіталу — О.Г. Єсіна [4].

Більшість наукових праць українських авторів за досліджуваною тематикою зводяться до застосування інформаційних технологій для нагромадження й обробки облікової інформації та її узагальнення з різним рівнем деталізації для забезпечення потреб управління. Фактично інформаційним технологіям відводиться роль підтримки функціонування, а не зростання ефективності діяльності підприємств. Активи інформаційних технологій залишаються поза межами досліджень науковців і розглядаються як додаток до інформаційних систем.

Отже, **мета статті** — дослідити можливості використання окремих груп активів інформаційних технологій для забезпечення реалізації стратегічних цілей розвитку підприємств з урахуванням обмежень щодо облікового визнання і відображення, які встановлюються міжнародними стандартами фінансової звітності.

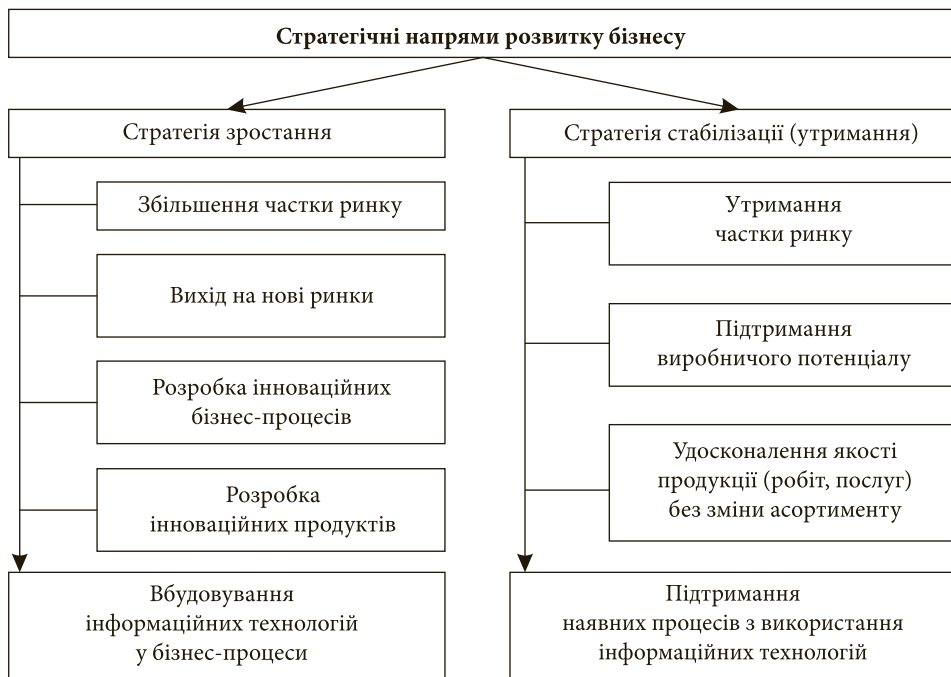
Активи інформаційних технологій (ІТ-активи) треба розглядати як матеріальні й нематеріальні ресурси, що забезпечують унікальні знання і можливості для підприємств, які в результаті поєднання ІТ-активів із стратегією діяльності формують основу для створення інноваційної продукції і послуг, удосконалення наявних бізнес-процесів і запровадження нових, базованих на новітніх можливостях інформаційних систем. Можливість акумулювання значних масивів інформації, яку часто можна отримати безкоштовно (з використанням інтернет-ресурсів, шляхом моніторингу всіх здійснених підприємством операцій з купівлі-продажу товарів і послуг для окремих груп постачальників (покупців) за різними локаціями тощо) дає змогу не тільки швидко її систематизувати за різними розрізами на запити управління, але й сформувати додаткову цінність інформації, яка може бути отримана з ефективності подальших рішень менеджерів різних рівнів.

Знання і ресурси комунікації, створені за допомогою інформаційних систем, включаючи ІТ-активи, дозволяють покращити комунікацію між працівниками, контрагентами і різноманітними інституціями, які взаємодіють з підприємством, долаючи територіальну віддаленість і часові обмеження [5]. Водночас цінність активів інформаційних технологій перебуває в прямій залежності від організаційних характеристик фірми. Вміння змінювати, перебудовувати й підтримувати оптимальну стратегію розвитку в умовах постійних і непередбачуваних змін навколишнього середовища, організовувати локальні бізнес-процеси вирізняють більш успішні підприємства галузі. Наприклад, два підприємства однієї галузі приблизно однакового розміру можуть мати однаковий набір активів, включаючи ІТ-ресурси, що легко запозичити від конкурентів. Проте, якщо розвиток підприємства відбува-

тиметься за незмінним сценарієм протягом тривалого часу, то інвестиції в активи інформаційних технологій, незважаючи на збільшення інвестування, виконуватимуть тільки допоміжну функцію агрегування, обробки й обмеженого використання інформації, що не передбачає створення додаткової цінності цієї інформації, як це і відбувається на багатьох українських підприємствах, де витрати на формування складових інформаційних систем перевищують можливі вигоди. Повторення інвестицій у активи і діяльність (фактично їх оновлення), дотримання попередніх підходів до реалізації бізнес-процесів з урахуванням тільки внутрішніх умов функціонування підприємства з огляду на навички працівників стримуватимуть майбутній розвиток у ситуації постійної мінливості зовнішнього середовища і загострення конкуренції, що може призвести не тільки до зниження прибутковості, а й до витіснення підприємства з ринку.

Розмежування між керівництвом підприємства, його локальними бізнес-структурами та ІТ-підрозділом зазвичай перешкоджає формуванню нової інфраструктури, вбудовуванню ІТ-активів і технологій у діючі й нові господарські процеси та операції, що знижує здатність отримувати додану вартість від них, додатковий чистий грошовий потік і прибуток. Тісна взаємодія дозволяє сформувати міцні міжфункціональні зв'язки й нові бізнес-навички працівників, здійснити накладення інформаційних технологій на бізнес-процеси шляхом оцифрування важливих для підприємства господарських процесів, таких як виробництво інноваційної продукції і послуг, пошук і оформлення замовлень від покупців, продаж товарів і послуг, підтримання інтеграції бізнес-процесів та ІТ-технологій, що забезпечує ефективніше використання програмного забезпечення і покращення показників діяльності. Дослідження результатів інтегрування інформаційних технологій та ІТ-активів у американських фірмах показує, що при інтеграції ІТ-активів та інформаційних технологій з активами діяльності й бізнес-процесами, за наявності на фірмах відповідних організаційних характеристик, які позитивно корелюють з інвестиціями в ІТ й ефективністю організацій, відбуваються істотне зростання ефективності й результативності діяльності, збільшення ринкової вартості.

Емпіричні дослідження організаційних можливостей і практики діяльності підприємств, проведені американськими дослідниками Е. Бриньолфссоном, Л.М. Хіттом і Ш. Янгом (1216 великих американських фірм за 11 років (1987—1997)), показали, що 1 дол. інвестицій в ІТ-активи і технології дозволяє отримати збільшення ринкової капіталізації фірм на 9 дол. Ці фірми також мають потенціал для зростання діяльності в тривалому періоді завдяки використанню практик командної роботи з переважанням висококваліфікованих працівників, оперативної та якісної обробки інформації для прийняття обґрунтованих рішень [6]. А. Сондерс разом з Е. Бриньолфссоном повторили і роз-



Інвестування підприємством у інформаційні технології і активи залежно від обраної стратегії

Джерело: складено авторкою за [6—8], доповнено і структуровано.

ширили попереднє дослідження, оцінивши вартість активів інформаційних технологій і вплив на ринкову капіталізацію з використанням даних практики і управлінських можливостей 127 американських фірм за період 2003—2006 рр. Вони обчислили рівень ринкової капіталізації за рахунок інтенсивного використання ІТ-активів у 45—76 % для фірм з найвищими організаційними ІТ-можливостями, сформованими за рахунок залучення працівників високої кваліфікації, найкращої практики управління, внутрішнього і зовнішнього використання інформаційних технологій і можливостей Інтернету [7]. Результати проведеного дослідження засвідчують, що першою і найважливішою умовою ефективного використання ІТ-активів та інформаційних технологій є організаційні характеристики фірми. Інвестиції в інформаційні технології самі по собі не побудують ефективний і результативний бізнес. Для отримання бажаного ефекту необхідно провести концептуалізацію стратегії, визначити головні бізнес-процеси, що її формують, можливості й потреби використання інформаційних активів і технологій, здійснити необхідні інвестиції за напрямками вбудовування інформаційних технологій у бізнес-процеси або підтримування існуючих (рис.).

Визначена стратегія зростання має містити конкретні цілі, яких прагне досягти підприємство, зокрема створення інноваційної продук-

Таблиця 1. Головні напрями інвестування в активи інформаційних технологій і очікувані переваги

Групи ІТ-активів	Призначення	Очікувані переваги	Приклади
Стратегічні активи	Забезпечення реалізації обраної стратегії фірми	Покращення позиції фірми на ринку завдяки розробці нових продуктів, послуг або бізнес-процесів, вихід на нові ринки	Розробка, адаптація і використання автоматизованих систем керування підприємством (АСКП)
Інформаційні активи	Покращення збирання й обробки даних і прийняття рішень для потреб управління, обліку, контролю, розрахунків з контрагентами	Більш висока оперативність обробки інформації, посилення контролю і надійності інформації, економія часу і витрат на збирання, обробку і передачу інформації	Підтримка прийняття рішень, проведення аналізу продажів товарів і послуг, оптимізація цін продажу, планування діяльності
Активи ІТ-інфраструктури	Забезпечення повної і гнучкої бази для майбутніх бізнес-ініціатив, які здійснюватимуться для реалізації майбутніх потреб бізнесу, розробка нових продуктів, послуг і бізнес-процесів	Отримання можливостей для запровадження нових процесів виробництва і продажу продукції, товарів і послуг, які стануть основою для збільшення ефективності в довгостроковому періоді, забезпечать збільшення частки ринку і вихід на нові ринки. Зростання рентабельності й операційного прибутку в довгостроковій перспективі	Формування нових додатків і функцій, які забезпечать основу для подальшого розширення діяльності й зміни її формату (ERP, CRM, Oracle Database)

Закінчення таблиці 1

Групи ІТ-активів	Призначення	Очікувані переваги	Приклади
Трансакційні активи	Автоматизація процесів прид- бання й продажу товарів і послуг	Скорочення опе- раційного циклу діяльності за операціями прид- бання і продажу активів, збіль- шення обсягу продажів, суттє- ва економія ви- трат і часу на здійснення опе- рацій придбання і продажу, зрос- тання ефектив- ності й операцій- ного прибутку в поточному і дов- гострокових пе- ріодах	Автоматичне от- римання й об- робка замовлень за повторювани- ми транзакція- ми, швидка оп- лата за операція- ми продажу й отримання не- гайного підтвер- дження здійснен- ня покупцями платежів до дати отримання това- рів і послуг

Джерело: складено авторкою за [6—8] і доповнено.

ції чи послуг, збільшення частки ринку, вихід на нові ринки, економія витрат тощо. Обрання підприємством стратегії зростання бізнесу передбачає тісну співпрацю керівництва та ІТ-підрозділу щодо визначення можливостей використання і вбудовування інформаційних технологій у глобальні й локальні бізнес-процеси підприємства і дає змогу вибрати напрями і обчислити обсяги інвестування в конкретні ІТ-активи і технології. Це допоможе виявити можливості для розвитку бізнесу та інформаційних технологій, формування узгодженої інвестиційної стратегії з метою імплементації ІТ у бізнес-процеси, реалізація якої забезпечить досягнення стратегічної відповідності й можливості розвитку ІТ для сприйняття і задоволення потреб керівництва, працівників і контрагентів підприємства при формуванні інноваційних бізнес-процесів і продуктів. У свою чергу, це дасть змогу підприємству не тільки збільшити частку на наявному ринку, але й вийти на нові ринки. Реалізація стратегії зростання з використанням інформаційних технологій має враховувати внутрішні чинники, серед яких важливими є наміри керівництва, організаційна структура підприємства, бізнес-процеси, наявність кваліфікованих працівників і надійних контрагентів, а також ІТ-активів та інформаційних технологій, ІТ-спеціалістів, що володіють

необхідними навичками й культурою комунікації. Зовнішніми чинниками і загрозами, що впливають на ефективність використання підприємством інформаційних технологій, є рівень конкуренції у галузі, поведінка конкурентів, загальний стан економіки країни, зміни законодавства, можливість виходу на нові ринки.

Ідентифікація потреб підприємства в активах інформаційних технологій забезпечує здійснення обґрунтованих інвестицій, які на початку реалізації проекту можуть бути суттєвими, а очікуваний ефект стане відчутним у поточному і довгострокових періодах (табл. 1).

Реалізація цього напрямку також передбачає необхідність інвестування в інші активи, відмінні від ІТ-активів, використання яких забезпечить виробництво нових видів продукції, робіт і послуг, зберігання продукції і товарів тощо. При застосуванні підприємством стратегії стабілізації, тобто підтримки діяльності на попередньому рівні, інвестиції у активи, що забезпечують діяльність та ІТ-підтримку, будуть значно нижчими і направлятимуться на заміну зношеного обладнання й активів інформаційних технологій, проте очікувана віддача від інвестування буде незначною.

Здійснення інвестицій у ІТ- та інші високотехнологічні активи не гарантує фірмі отримання конкурентних переваг у довгостроковому періоді, оскільки структура інвестувань може бути легко скопійована конкурентами. Зокрема, М. Вейд і Дж. Халланд вважають, що активи фірми повинні мати такі важливі характеристики для забезпечення переваг, як цінність, рідкісність і здатність продукувати вигоди [9]. Активи будуть цінними, якщо їх використання сприятиме реалізації стратегії підприємства, яка забезпечить ефективність і прибутковість його діяльності. Рідкісність ресурсів визначається обмеженою пропозицією або наявністю перешкод для придбання. Здатність активів створювати вигоди підтримується можливістю їх використання для виготовлення продукції або послуг з низькою собівартістю, яких немає на ринку або є в обмеженій кількості, що дасть змогу збільшити продажі й отримати додатковий операційний прибуток. Унікальна комбінація цінних, рідкісних і придатних для виробництва активів забезпечить набуття підприємством стійких конкурентних переваг у довгостроковому періоді [9].

Реалізація стратегії зростання підприємства з використанням активів інформаційних технологій передбачає не тільки його забезпечення ІТ-активами, але й можливість інтеграції у процеси діяльності, що забезпечуються ІТ-можливостями. Останні формуються як взаємопов'язані практики і навички (компетенції) працівників, які дослідники ідентифікують як нематеріальні активи [8].

Вбудованість ресурсів інформаційних технологій та ІТ-можливостей у бізнес-процеси підприємств і невизначена природа ускладнюють визнання окремих об'єктів у обліку на дату первинного відображення

і на дату балансу. Активи інформаційних технологій зазвичай поєднують фізичні складові й високотехнологічну комплектацію, вартість якої може значно перевищувати вартість фізичних компонентів, що, за визначенням Організації економічного співробітництва та розвитку, дає підстави віднести їх до високотехнологічних [10]. Часто це призводить до труднощів у прийнятті рішень щодо природи таких активів, можливості капіталізації витрат на створення, покращення й відображення в обліку і звітності. Ефективне використання високотехнологічних активів є можливим тільки за умови залучення до їх експлуатації висококваліфікованого персоналу, який має достатні знання, компетенції та навички і постійно їх розвиває. Чинними стандартами бухгалтерського обліку можуть накладатися значні обмеження щодо ідентифікації, визнання і капіталізації на балансі ресурсів, які приносять економічні вигоди, через недостатній контроль підприємством і невизначеність періодів їх отримання (табл. 2).

Облікове визнання матеріальних і нематеріальних довгострокових активів регламентується різними міжнародними стандартами фінансової звітності (МСФЗ), критерії визнання основних засобів визначаються за вимогами МСБО 16 «Основні засоби»¹, нематеріальних активів — МСБО 38 «Нематеріальні активи». За критеріями визнання і статтями собівартості придбаних активів інтерпретація для обох груп є схожою [11]. Головні відмінності стосуються обмежень щодо визнання і покращення створених підприємством об'єктів і наведені в МСБО 38 «Нематеріальні активи» за критеріями неможливості встановлення відмінності від витрат, невизначеності вигоди і строків її надходження на підприємство, віднесення здійснених витрат до конкретного нематеріального активу, а не на бізнес у цілому. МСБО 38 «Нематеріальні активи» дотримується консервативної позиції щодо можливості розширення або покращення підприємством нематеріальних активів, включаючи активи інформаційних технологій². Відповідно, більша частина подальших видатків, швидше за все, направлятиметься на збереження очікуваних майбутніх економічних вигід, утілених у існуючому нематеріальному активі, ніж на забезпечення відповідності визначенню нематеріального активу і критеріям його визнання. Унаслідок встановлених обмежень такі важливі ресурси, як технічні й наукові знання, розробка і запровадження нових технологій і систем, переліки контрагентів та їх лояльність до підприємства, видатки на їх розширення і покращення, не визнаються в складі активів і списуються на витрати в періоді здійснення.

¹ Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 16 (МСБО 16). Основні засоби. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_014#top

² Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050#top

Таблиця 2. Особливості й наслідки облікового відображення і використання підприємствами ІТ-активів

Специфіка визнання ІТ-активів	Інтерпретація	Наслідки
Неможливість капіталізації інвестицій, результатом здійснення яких є створення нематеріальних ІТ-активів	Невизначеність результату від здійснених інвестицій і строків отримання майбутньої економічної вигоди, а також об'єктів інвестування обмежує визнання нових активів, створених підприємством шляхом розробок	Відображення здійснених інвестицій у складі витрат на дослідження і розробки без визнання активу
Неможливість визнання витрат на покращення нематеріального ІТ-активу	Характер нематеріального активу є таким, що нерідко розширення або заміна частини такого активу не відбувається *	Обмеження капіталізації здійснених витрат на розширення або покращення нематеріального ІТ-активу
Наявність у кожному інвентарному об'єкті обліку одночасно матеріальної і нематеріальної складових	Спрацьованість фізичних компонентів. Імовірне збільшення цінності нематеріальної складової без ідентифікації явних витрат	Пропорційне зниження балансової вартості матеріальної і нематеріальної складових унаслідок нарахування амортизації на інвентарний об'єкт у цілому, без капіталізації витрат на покращення нематеріальної складової
Нездатність генерувати операційний прибуток без інтеграції з визнаними активами діяльності	Узгодження інвестицій у ІТ-активи зі стратегією діяльності підприємства і бізнес-процесами	Неможливість ідентифікації доходів і прибутку, отриманих безпосередньо від інтеграції і використання ІТ-активів. Відображається в складі операційних доходів і операційного прибутку
Нездатність генерувати операційний прибуток без інтеграції з невизнаними активами діяльності	Обов'язкова наявність організаційного, людського і соціального капіталів	Неможливість ідентифікації доходів і прибутку, отриманих безпосередньо від інтеграції і використання ІТ-активів. Відображається в складі операційних доходів і операційного прибутку

* Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 38 (МСБО 38). Нематеріальні активи. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_050#top
Джерело: складено авторкою.

Найбільш специфічною характеристикою ІТ-активів є поєднання в кожному інвентарному об'єкті обліку одночасно матеріальної і нематеріальної складових (табл. 2). Для здійснення відповідного групування об'єктів у складі основних засобів чи нематеріальних активів підприємство має застосувати судження щодо того, яка частина об'єкта є важливішою. Наприклад, за МСБО 38 «Нематеріальні активи» комп'ютерне програмне забезпечення для верстата, який управляється комп'ютером і не може функціонувати без цього конкретного програмного забезпечення, є невіддільною частиною пов'язаного з ним апаратного забезпечення, тому його розглядають як основний засіб, як і операційну систему комп'ютера. Водночас, якщо програмне забезпечення не є невіддільною частиною пов'язаного з ним апаратного забезпечення, то його розглядають як нематеріальний актив. МСБО 38 «Нематеріальні активи» не визначає критерії застосування судження, тому покращення або розширення нематеріальної складової об'єкта, визнаного як основний засіб, підлягає капіталізації, тоді як такі самі дії щодо об'єкта, визнаного як нематеріальний актив, списуються на витрати періоду³. Прийняття рішення підприємством щодо віднесення інвентарного об'єкта обліку до основних засобів чи нематеріальних активів може призвести до такого.

1. Втрата корисності матеріальної складової об'єкта обліку вищими темпами, ніж нематеріальної, через фізичне спрацювання, унаслідок чого актив буде списаний з балансу, незважаючи на придатність нематеріальної складової, яка не може бути перенесена до іншої фізичної оболонки.

2. Втрата корисності нематеріальної складової об'єкта вищими темпами, ніж матеріальної, через старіння або збій, унаслідок чого об'єкт буде списаний з балансу, незважаючи на придатність фізичної складової.

3. У активі, який був визнаний як нематеріальний, витрати на покращення нематеріальної складової не капіталізуються, його вартість на балансі не збільшується, а списується на витрати в періоді покращення.

4. У активі, який був визнаний як матеріальний, витрати на покращення нематеріальної складової капіталізуються, його вартість на балансі збільшується.

Таким чином, визнання інвентарного об'єкта обліку довгострокових ІТ-активів значною мірою залежить від облікової політики підприємства і настання подій, визначених у пп. 1—3, що призведе до зниження балансової вартості активу і завищення витрат поточних періодів, тоді як визнання цього самого об'єкта в складі основних засобів надає переваги, що забезпечує можливість капіталізації покращень і

³ Там само.

розширень нематеріальної складової об'єкта замість їх віднесення до витрат поточного періоду з рівномірним відображенням у складі нарахуваної амортизації протягом усього терміну використання. Водночас визнання об'єкта обліку ІТ-активом, у якому вартість нематеріального компонента перевищує вартість фізичного і збільшується в процесі використання в складі основних засобів, призведе до помилок у класифікації необоротних активів, унаслідок чого вартість нематеріальних активів на балансі підприємства буде заниженою. Для вирішення цієї проблеми рекомендуємо визначити в обліковій політиці підприємства підстави для винесення судження щодо класифікації інвентарних необоротних активів. Якщо нематеріальний компонент активу істотно перевищує матеріальний і його вартість збільшується в процесі використання, то до закінчення визначеного терміну використання фізичної складової об'єкта активів інформаційних технологій його нематеріальний компонент має бути (за можливості) перенесений до нової фізичної субстанції.

Незалежно від того, чи відображені активи інформаційних технологій у обліку й звітності як матеріальні або нематеріальні об'єкти, вони нездатні самотійно генерувати операційний прибуток без інтеграції з активами діяльності, тобто не мають самотійного значення. Це стосується і невизнаних нематеріальних активів інформаційних технологій, до яких відносять практики і навички (компетенції) працівників ІТ-підрозділу, вдосконалення програмного забезпечення, покращення комунікації, інформаційні активи тощо. Інтеграція активів інформаційних технологій у бізнес-процеси підприємства з використанням активів діяльності в поєднанні з організаційним і людським капіталами забезпечать зростання операційних доходів у довгостроковому періоді, зниження операційних витрат у коротко- і довгострокових періодах, збільшення операційного прибутку і чистого грошового потоку.

ВИСНОВКИ

Активи інформаційних технологій, які використовуються підприємством разом з активами діяльності безпосередньо для забезпечення реалізації його стратегічних цілей, нездатні без інтеграції у бізнес-процеси самотійно генерувати доходи і чисті грошові потоки. Функцією ІТ-активів є забезпечення координації усіх інших активів і процесів підприємства. Використання активів інформаційних технологій тільки для акумулювання й обробки фінансової інформації і складання звітності, без інтеграції у бізнес-процеси, як це практикується більшістю українських підприємств, не забезпечить зростання доданої вартості й чистого грошового потоку. ІТ-активи, які виконують допоміжну функцію агрегування, обробки й обмеженого використання інформації для потреб обліку, аналізу, аудиту і складання звітності, забез-

печать зниження витрат і часу на акумулювання й обробку інформації, підвищать її якість і нададуть управлінському персоналу оперативні дані для прийняття поточних рішень.

Здійснювані для реалізації стратегії розвитку підприємства цільові інвестиції у активи інформаційних технологій, зокрема в інформаційні активи, активи ІТ-інфраструктури і трансакційні активи, забезпечать їх інтеграцію в бізнес-процеси підприємства, що дасть змогу не тільки покращити акумулювання й обробку інформації, а й сукупно з активами діяльності забезпечити виготовлення інноваційної продукції і формування інноваційних процесів, збільшення обсягу продажів, економії витрат, зростання операційного прибутку і чистого грошового потоку в поточному і довгострокових періодах.

Високотехнологічний характер активів інформаційних технологій передбачає наявність у одному інвентарному об'єкті обліку матеріальної та нематеріальної складових, фактичні терміни використання і рівень спрацювання яких відрізняються. Специфічною рисою ІТ-активів є можливість збільшення вартості нематеріальної складової об'єкта з одночасним зношенням матеріального компонента. Якщо нематеріальний компонент активу суттєво перевищує матеріальний і його вартість збільшується в процесі використання, то до закінчення визначеного терміну використання фізичної складової об'єкта активів інформаційних технологій його нематеріальний компонент має бути (за можливості) перенесений до нової фізичної субстанції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Юрчук Н.П. Інформаційні системи і технології як інновації в системі управління бізнес-процесами. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/56.pdf
2. Пурій Г.М. Інформаційні системи і технології в управлінні діяльністю підприємства. *Ефективна економіка*. 2019. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/58.pdf
3. Бурдонос Л., Слюсар С. Концептуальні основи інформаційних систем та технологій, їх місце та роль в управлінні на підприємствах. *Наукові інновації та передові технології*. 2022. № 1 (3), С. 99—109. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/issue/view/33/5>
4. Єсіна О.Г. Оцінка економічної ефективності застосування інформаційних технологій на підприємстві. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. № 16. С. 972—976. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196139864.pdf>
5. Weill P. The relationship between investment in information technology and firm performance: A study of the valve manufacturing sector. *Inform. Systems Res.* 1992. No. 3 (4), P. 307—333. URL: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/isre.3.4.307>
6. Brynjolfsson E., Hitt L.M., Yang S. Intangible Assets: Computers and Organizational Capital. *Brookings Papers on Economic Activity*. 2002. No. 1. P. 137—181. URL: <https://www.jstor.org/stable/1209176>

7. Saunders A., Brynjolfsson E. Valuing IT-Related Intangible Assets. *MIS Quarterly*, Forthcoming, 2015. 63 p. URL: <https://ssrn.com/abstract=2344949>
8. Aral S., Weill P. IT assets, organizational capabilities, and firm performance: How resource allocations and organizational differences explain performance variation. *Organization science*. 2007. Vol. 18. No. 5. P. 763—780. URL: <https://www.jstor.org/stable/25146137>
9. Wade M., Hulland J. The Resource-Based View and Information Systems Research: Review, Extension, and Suggestions for Future Research. *MIS Quarterly*. 2004. Vol. 28. No. 1. P. 107—142. URL: https://www.academia.edu/17428202/The_Resource_Based_View_and_Information_Systems_Research_Review_Extension_and_Suggestions_for_Future_Research
10. Hatzichronoglou T. Revision of the High-Technology Sector and Product Classification. *STI Working Papers*. 1997/2. 26 p. URL: <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/septima-reunion-gtci-revision-high-technology-sector-product-classification-thomas-hatzichronoglou.pdf>
11. Barker R., Lennard A., Penman S., Teixeira A. Accounting for intangible assets: suggested solutions. *Accounting and Business Research*. 2022. Vol. 52. No. 6. P. 601—630. <https://doi.org/10.1080/00014788.2021.1938963>

Надійшла 02.03.2023

Прорецензована 10.03.2023

Доопрацьована 27.03.2023

Підписана до друку 31.03.2023

REFERENCES

1. Yurchuk N. Information systems and technologies as an innovation in the business process management system. *Efficient Economy*, 2018, No. 5. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/56.pdf [in Ukrainian].
2. Puriy H.M. Information systems and technologies in the management of the enterprise activity. *Efficient Economy*, 2019, No. 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2019/58.pdf [in Ukrainian].
3. Burdonos L., Sliusar S. Conceptual fundamentals of information systems and technologies, their place and role in management at enterprises. *Scientific innovations and advanced technologies*, 2022, No. 1 (3), pp. 99-109. URL: <http://perspectives.pp.ua/index.php/nauka/issue/view/33/5> [in Ukrainian].
4. Yesina O.H. Economic efficiency evaluation of information technology in the enter. *Global and National Problems of Economy*, 2017, No. 16, pp. 972-976. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/196139864.pdf> [in Ukrainian].
5. Weill P. The relationship between investment in information technology and firm performance: A study of the valve manufacturing sector. *Information Systems Research*, 1992, No. 3 (4), pp. 307-333. URL: <https://pubsonline.informs.org/doi/10.1287/isre.3.4.307>
6. Brynjolfsson E., Hitt L.M., Yang S. Intangible Assets: Computers and Organizational Capital. *Brookings Papers on Economic Activity*, 2002, No. 1, pp. 137-181. URL: <https://www.jstor.org/stable/1209176>
7. Saunders A., Brynjolfsson E. Valuing IT-Related Intangible Assets. *MIS Quarterly*, Forthcoming, 2015. URL: <https://ssrn.com/abstract=2344949>

8. Aral S., Weill P. IT assets, organizational capabilities, and firm performance: How resource allocations and organizational differences explain performance variation. *Organization science*, 2007, Vol. 18, No. 5, pp. 763-780. URL: <https://www.jstor.org/stable/25146137>
9. Wade M., Hulland J. The Resource-Based View and Information Systems Research: Review, Extension, and Suggestions for Future Research. *MIS Quarterly*, 2004, Vol. 28, No. 1, pp. 107-142. URL: https://www.academia.edu/17428202/The_Resource_Based_View_and_Information_Systems_Research_Review_Extension_and_Suggestions_for_Future_Research
10. Hatzichronoglou T. Revision of the High-Technology Sector and Product Classification. *STI Working Papers*, 1997/2. URL: <https://www.cepal.org/sites/default/files/events/files/septima-reunion-gtci-revision-high-technology-sector-product-classification-thomas-hatzichronoglou.pdf>
11. Barker R., Lennard A., Penman S., Teixeira A. Accounting for intangible assets: suggested solutions. *Accounting and Business Research*, 2022, Vol. 52, No. 6, pp. 601-630. <https://doi.org/10.1080/00014788.2021.1938963>

Received on March 2, 2023

Reviewed on March 10, 2023

Revised on March 27, 2023

Signed for printing on March 31, 2023

Halyna Nashkerska, PhD (Econ.), Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Accounting and Auditing
Ivan Franko National University of Lviv
1, Universytetska St., Lviv, 79000, Ukraine

INFORMATION TECHNOLOGIES ASSETS: IDENTIFICATION, INTEGRATION AND REFLECTION IN ACCOUNTING

IT assets have become important elements in all sectors of the economy, as they are able not only to support the functioning of the business, but also to increase operational efficiency and improve competitive advantages. Nowadays, they shape and transform business and even create new business realities. However, IT assets do not make sense without other corporate assets and do not create value by themselves. The IT system coordinates and ensures efficiency, combining assets in a unique way to create added value and net cash flow. Strategic investments change the position of firms in the market, supporting the entry into a new market or the development of new products, services or business processes. It is substantiated that investments in various IT assets are determined by firms' strategies and generate value in terms of performance parameters in accordance with their strategic goal.

Investments in information technology assets are grouped by the following areas: strategic, infrastructure, information and transaction assets. The purpose of investments in specific groups of IT assets, expected benefits and options for use have been considered. The actualization of this direction also requires investments in assets other than IT, the use of which will ensure the production of new types of products, services, storage of products and goods, etc.

It is determined that the objects of information technology assets accounting are high-tech and have both tangible and intangible parts. Economic entity, having determined that an IT asset includes both intangible and tangible elements, has to use judgment in assessing which is more significant.

In practice, situations are possible when the physical component of the accounting object is depreciated more than the intangible one. The value of an intangible component in the process of use may increase. In this case, replacing, if possible, the physical part of the object before the end of its useful life is recommended.

Keywords: *information technologies; IT assets; investment; integration; high-tech assets; tangible components; intangible components; recognition; accounting.*



<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.051>

УДК 330.34:336.717

JEL: G21, G29, O16, O31

О.Л. ЯРЕМЕНКО, д-р екон. наук, проф.,
завідувач сектору інституційної економіки відділу економічної теорії
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: v.o.yaremenko@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7227-8106>

В.О. КОРНІВСЬКА, д-р екон. наук,
старший науковий співробітник сектору інформаційної
та цифрової економіки відділу економічної теорії
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»
вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна
e-mail: vkornivska@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0348-0404>

МОЖЛИВОСТІ ГАРМОНІЗАЦІЇ ПЛАТІЖНОГО ПРОСТОРУ УКРАЇНИ: ІНСТИТУЦІЙНИЙ АСПЕКТ

На основі інституційного аналізу світового досвіду впровадження cashless-економіки показано її амбівалентний характер. Доведено, що більш адекватною змісту і характеру сучасного трансформаційного переходу є модель портфельного підходу до ліквідних активів, яка передбачає раціональну пропорцію між безготівковими і готівковими розрахунками суб'єктів на основі оцінки вигід і ризиків.

Ключові слова: безготівкова економіка; цифровізація; інституційний аналіз; суперечності.

Уже більше десятиліття спостерігається світовий тренд створення безготівкового суспільства, яке розвивається як у результаті свідомо здійснюваних фінансово-інституційних трансформацій, так і у зв'язку з особистим платіжним вибором суб'єктів. Глобальний звіт про платежі

Ц и т у в а н н я: Яременко О.Л., Корнівська В.О. Можливості гармонізації платіжного простору України: інституційний аспект. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 51—65. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.051>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

(Global Payments Report 2022) прогнозує, що у 2025 р. в результаті триваючої цифровізації у світовому платіжному просторі використання фізичної готівки складатиме лише 9,8 %. При цьому у 2022 р. на операції у торгових точках, де готівка все ще домінувала в розрахунках, припадало практично вдвічі більше — 17,9 % від загальної вартості транзакцій¹. Розвиваються тенденції поповнення глобального фінансового простору новими засобами платежу у форматі криптовалют. Центральні банки, усвідомлюючи, що поширення неінституціоналізованих відносин триває, досліджують можливості впровадження цифрових валют, які, на відміну від приватних криптовалют, є транспарентними, безпечними, доступними і стабільними.

Державна політика, спрямована на формування більш прозорих національних фінансово-економічних просторів, стала провідною умовою, що зробила невідворотним сучасний перехід. Істотний стимул для укорінення основ cashless-економіки сформували пандемія і зростання електронної комерції як один з ефектів пандемії. Ці тенденції набирають обертів і в нашій країні. Першим з трьох провідних напрямів Стратегії розвитку фінтеху в Україні до 2025 року є саме розвинута cashless-економіка².

Характеристика глобального тренда розбудови безготівкової економіки дається в працях як західних, так і українських представників економічного, філософського, публіцистичного дискурсу. Необхідності паритетного розвитку різних видів платежів, як готівкових, так і безготівкових, присвячено дослідження фахівців Європейського центрального банку, зокрема аналіз платіжного ландшафту [1]³. Наведено визначення амбівалентного характеру і негативних результатів упровадження безготівкової економіки, виявлено найбільш вразливі до ефектів формування cashless-економіки верстви населення⁴, охарактеризовано ефекти реалізації цифрової стратегії і розбудови cashless-суспільства в окремих країнах [2], проаналізовано витрати cashless-переходу⁵, розкрито платіжні переваги ринкових суб'єктів⁶, системати-

¹ Payments. Top trends 2023. Capgemini. 34 p. URL: <https://prod.ucwe.capgemini.com/wp-content/uploads/2023/01/Top-Trends-Payments-2023.pdf>

² Стратегія розвитку фінтеху в Україні до 2025 року. Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/ua/files/DDWIAwXTdqdClp>

³ Bindseil U., Schneeberger D. Cash or cashless? How people pay. ECB. February 2023. URL: <https://www.ecb.europa.eu/press/blog/date/2023/html/ecb.blog230206~1ea270a762.en.html> (дата звернення: 10.02.2023).

⁴ Peachey K. Millions 'will suffer without cash'. BBC. 2018. Dec 19. URL: <https://www.bbc.com/news/business-46596154> (дата звернення: 06.02.2023).

⁵ Paul P. The Cost of Going Cashless. *The New York Times*. 2022. Nov 13. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/13/opinion/cashless-pay-problem.html> (дата звернення: 06.02.2023).

⁶ England J. Almost 50 % of UK's SMBs say cash is essential, report says. *FinTech*. 2022. Dec 15. URL: <https://fintechmagazine.com/digital-payments/almost-50-of-uks-smb-say-cash-is-essential-report-says> (дата звернення: 06.02.2023).

зовано економічні, соціальні, фінансові, психологічні трансформації у безготівковому суспільстві [3].

Водночас у сучасних умовах особливо актуальним стає інституційний аналіз ефектів розбудови безготівкового суспільства, оскільки воно, з одного боку, є потенційно глобальним явищем, а з іншого — існує в ситуації глибокої диференціації національних режимів безготівкового обігу, тому може мати непрогнозовані ефекти й супроводжуватися непередбачуваними ризиками.

Отже, **мета статті** — здійснити інституційний аналіз світового досвіду розбудови, особливостей і суперечностей cashless-економіки в контексті гармонізації процесів її створення в Україні.

CASHLESS-ЕКОНОМІКА В УКРАЇНСЬКИХ ФІНАНСОВО-ІНСТИТУЦІЙНИХ КООРДИНАТАХ

Формування cashless-суспільства є невід’ємною складовою реалізації стратегії цифрових трансформацій. На цьому шляху український цифровий ринок досяг значних успіхів і перебуває на піку цифрової революції. Проект Міністерства цифрової трансформації «Держава в смартфоні — Дія» є авангардним не тільки для європейської системи організації державних послуг, але й для світу в цілому. За 2022 р. кількість онлайн-користувачів держпослуг зросла з 60 до 63 % від загальної кількості⁷. «Дія» стала відправною точкою для створення єдиної цифрової системи ідентифікації, винятково необхідної для надання цифрових фінансових послуг і формування безготівкової економіки.

За підсумками вересня 2022 р., загальна кількість емітованих платіжних карток в Україні сягнула 108,8 млн шт., що на 19 % більше порівняно з довоєнним січнем 2022 р. Кожна шоста платіжна картка є токенизованою. У III кварталі минулого року частка безготівкових операцій з використанням платіжних карток за сумою становила понад 68 % у загальній сумі операцій з платіжними картками (у III кварталі 2021 р. — 61 %). Отже, за кількістю їх частка зросла до 93 % (за III квартал 2021 р. — 90 %). У III кварталі 2022 р. оплата товарів і послуг в Інтернеті становила більше чверті за кількістю (27 %) і приблизно шосту частину за сумою (17,1 %) від усіх безготівкових операцій з платіжними картками; в абсолютних значеннях — понад 220 млрд грн⁸.

⁷ Онлайн-послугами користуються 63 % українців — дослідження. *Fintechinsider*. 2022. 25 січ. URL: <https://fintechinsider.com.ua/onlajn-poslugamy-korystuyutsya-63-ukrayincziv-doslidzhennya/> (дата звернення: 01.02.2023).

⁸ Картковий ринок у III кварталі 2022 року: попри все, українці віддають перевагу безготівковим розрахункам. *Національний банк України*. 2022. 12 груд. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/kartkoviy-rinok-u-iii-kvartali-2022-roku-popri-vse-ukrayintsi-viddayut-perevagu-bezgotivkovim-rozrahunkam> (дата звернення: 01.02.2023).

Цифрові фінансові продукти є найбільш динамічним напрямом трансформаційного процесу в українській економіці. І це не дивно, адже історія розвитку фінансових операцій доводить, що саме вони, перебуваючи в авангарді реагування на кардинальні зміни в організації економічної діяльності й соціального буття, першими підхоплюють хвилю технологічних змін, стимулюють творче руйнування та інноваційний розвиток. Українські банки надають увесь спектр цифрових фінансових послуг, притаманний передовим світовим банківським установам, активно розвивається необанкінг [4; 5]. На початку 2023 р. український цифровий банкінг почав освоювати європейський фінансовий простір: найбільш успішний необанк України monobank вийшов на польський ринок з проектом stereo by mono для мільйонів українців, що сьогодні знаходяться в Польщі; проект надає можливість дистанційно реєструватися через «Дію», отримувати цілодобову підтримку в месенджерах, здійснювати зручні перекази між картками, безкоштовні перекази в Україну, сплачувати сервіси в Польщі та Україні⁹.

Стрімко розвивається український ринок криптоактивів. За даними аналітичної компанії Chainalysis, у 2022 р. в глобальному рейтингу використання криптоактивів Україна посіла третє місце, поступившись лише В'єтнаму й Філіппінам і випередивши країни ЄС і США. За даними ЮНКТАД, у 2021 р. в Україні налічувалося більш як 5,5 млн власників криптовалюти, або 12,7 % усього населення країни; у 2022 р. їх кількість зросла до 6,5 млн, або 15,7 % населення; вищий показник лише у В'єтнамі — 20,3 %¹⁰.

Саме в Україні у 2022 р. з'явилася перша криптокартка, яка стала результатом співпраці компанії Weld Money з Unex Bank; вона є продуктом, який поєднує в собі традиційний банкінг і криптотехнології і в цьому контексті є унікальним явищем. У 2021 р. найбільша у світі криптобіржа Binance почала тестувати оплати криптовалютою через свій криптопроцесинг BinancePay, вона розвиває цей напрям у тандемі з такими великими українськими ритейлерами, як Фокстрот, Wog, Varus. У вересні 2022 р. представники Binance оголосили про інтеграцію з українським державним сервісом «Дія» у частині верифікації користувачів. У період воєнного стану криптовалюти виявилися найбільш швидким

⁹ Данышина К. Stereo by Mono: Monobank запустил бета-версию финансового приложения в Польше, с бесплатными переводами в Украину и регистрацией через «Дію». *ІТС*. 2023. 18 січ. URL: <https://itc.ua/news/stereo-by-mono-monobank-zapustyl-beta-versuyu-fynansovogo-prylozhenyya-v-polshe-s-besplatnymy-perevodamy-v-ukraynu-y-regystratsyej-cherez-diyu/> (дата звернення: 02.02.2023).

¹⁰ Україна в трійці світових лідерів з використання криптоактивів. До чого тут війна та як це використати з користю? *Fintechinsider*. 2022. 15 вер. URL: <https://fintechinsider.com.ua/ukrayina-v-trijczy-svitovyh-lideriv-z-vykorystannya-kryptoaktyviv-do-chogo-tut-vijna-ta-yak-cze-vykorystaty-z-korystyu/> (дата звернення: 03.02.2023).

рішенням для надання фінансової допомоги Україні; їх стали частіше використовувати як платіжний засіб і для транскордонних переказів¹¹.

Сьогодні в Україні формується надсучасний платіжний простір, що використовує нові, засновані на передових технологіях руху ліквідності й даних платіжні засоби і механізми циркуляції ліквідності. Водночас занадто агресивна реалізація цифрової стратегії фінансово-інституційних трансформацій, будучи вплетеною в середовище циклічних чинників, породжує бум вкладень у новітні інструменти і робить внесок у створення умов для наступної кризи. Будучи механізмом економічного та інституційного коригування, криза в природний спосіб відновлює альтернативи картковим розрахункам, адже за кризових умов саме готівкові розрахунки здатні до підтримання відносних визначеності й усталеності економічного середовища ринкових суб'єктів.

За теорію Дж.М. Кейнса, у певних ринкових обставинах у суб'єктів простежується схильність до використання найбільш ліквідного активу — готівки, тобто має місце так звана перевага ліквідності, зумовлена мотивами економічних агентів, серед яких учений виокремив мотив, пов'язаний з доходом, комерційний мотив, мотив обережності й спекулятивний мотив [6, с. 375—376]. В умовах зростаючої невизначеності, наприклад, сучасного транскризисового становища, найбільш впливовим мотивом є мотив обережності, що відображає взаємозв'язок між невизначеністю і попитом на гроші. Кейнс писав: «Додаткова підстава для зберігання готівки полягає в тому, щоб забезпечити резерв для всякого роду випадковостей, що потребують раптових витрат...» [6, с. 376]. Потреба в ліквідності є віддзеркаленням загального рівня невизначеності системи.

Тут можуть виникнути заперечення, що цифрові фінансові трансформації розгортаються вже більш як 10 років, формуючи відповідні патерни поведінки і виводячи суб'єктів за межі дії ринкових інститутів і систем циркуляції ліквідності. Водночас у разі крайньої дестабілізації підходять будь-які механізми розрахунків, які можуть підтримати цілісність системи. Це може бути навіть бартер, який, на перший погляд, виглядає надто архаїчно для сучасних цифрових умов. Так, досвід перших місяців російської агресії проти України показав, що українські аграрії стикалися з дефіцитом ліквідності практично на кожному етапі сільськогосподарського процесу. Проблема браку оборотних коштів, зумовлена колапсом експорту зерна з України, вирішувалася через бартерні операції. Як свідчать дані компанії Frenndt (інновації та консультування на сільськогосподарському ринку), сім з десяти продажів продукції вимагали застосування бартерної системи обміну¹². Це був ви-

¹¹ FinTech Ukraine 2022: як цифрові технології змінюють фінансовий світ. *Finance.ua*. 2022. 16 лис. URL: <https://news.finance.ua/ua/fintech-ukraine-2022-yak-cyfrovi-tehnologii-zminyuyut-finansovyy-svit> (дата звернення: 03.02.2023).

¹² Бартерна система в сезоні 2022 року. *AGGEEK*. 2022. URL: <https://aggeek.net/ru-blog/barterna-sistema-v-sezoni-2022-roku> (дата звернення: 03.02.2023).

мушений крок для забезпечення економічної діяльності. Відповідна Постанова НБУ¹³ забороняла транскордонні платежі, тому аграрії не могли оплачувати імпорту сільгосптехніку. Для подолання цієї проблеми в березні 2022 р. Мінагропром рекомендував українським аграріям використовувати бартерні розрахунки (ввозити необхідну сільгосптехніку, розраховуючись з постачальником зерном)¹⁴.

Бартерна система розрахунків демонетизує економіку. Це відбувається різними шляхами, зокрема, через елементи дисконтування: розрахунки зерном майбутнього врожаю за отримані сьогодні засоби захисту рослин відбуваються за цінами, на 20—50 % нижчими від реальної ринкової вартості зерна. Відсутність прозорого ціноутворення, чітких механізмів зберігання і транспортування, визначених напрямів експорту, незнання своїх контрагентів, наявність фінансових розривів — усе це формує значні ризики укладання неефективних форвардних контрактів і помилки в розрахунках фінансових результатів експортної операції. Від моменту відвантаження до отримання виручки навесні 2022 р. проходило до чотирьох місяців, тому знов і знов поставала проблема браку обігових коштів. Таким чином, бартерна система не вирішувала питання, скорочувала обсяги ліквідних розрахунків. Водночас у ситуації кризової дестабілізації для аграріїв це був єдиний шлях продажу своєї продукції і забезпечення посівної 2022 р.

Умови воєнного стану, як ситуація зростаючої невизначеності, вносять свої корективи в процеси розбудови безготівкового платіжного простору в Україні. За зростаючих ризиків blackout, коли фінансова система неспроможна забезпечити реалізацію безготівкових платіжних потреб у повному обсязі, попит на готівку збільшується. За даними НБУ, на 1 січня 2023 р. сума готівки, що перебувала в обігу в Україні, становила 716,1 млрд грн, що на 88,5 млрд грн, або на 14,1 %, більше, ніж рік тому (на 1 січня 2022 р. — 627,6 млрд грн)¹⁵. Тому сьогодні необхідно гармонізувати процеси впровадження безготівкової економіки і реального попиту на платіжні послуги, який включає як істотну складову попит на готівку. З огляду на це, завданнями державної політики в цифровій фінансовій сфері є реалізація принципу доцільності як базової основи розробки і впровадження цифрових інновацій і збереження нецифрових фінансових альтернатив забезпечення циркуляції ліквідності в еко-

¹³ Про роботу банківської системи в період запровадження воєнного стану. Постанова Правління Національного банку України № 18 від 24.02.2022 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0018500-22#Text>

¹⁴ «Повертаємось до бартерних операцій», — у Мінагропромi дали рекомендацію українським аграріям. *Delo*. 2022. 16 бер. URL: <https://delo.ua/uk/agro/pover-tajemos-do-barternix-operacij-u-minagropromi-dali-rekomendaciyu-ukrayinskim-agrariyam-394360/> (дата звернення: 01.02.2023).

¹⁵ НБУ: обсяг готівки в обігу в 2022 році збільшився на 14,1 %. *Finbalance*. 2023. 13 січ. URL: <https://finbalance.com.ua/news/nbu-obsyah-hotivki-v-obihu-v-2022-rotsi-zbilshivsia-na-141> (дата звернення: 06.02.2023).

номічному просторі. Дослідження сучасного етапу цифрових фінансових трансформацій у інституційній інтерпретації покаже довгострокову якість процесів прискорення реалізації цифрової стратегії і розбудови безготівкової економіки. Аналіз існуючого у світі досвіду дозволить сформулювати систематизоване уявлення про проблеми й перспективи розвитку безготівкового суспільства. Почнемо з інституційного аналізу.

ОСОБЛИВОСТІ CASHLESS-ЕКОНОМІКИ В ІНСТИТУЦІЙНІЙ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ

Якщо подивитися на процес cashless-трансформації більш широко, то можна помітити, що сьогодні йдеться про зміни в статусі й функціях одного з фундаментальних мета-інститутів сучасної цивілізації — грошей як таких. Переоцінка цінностей, притаманна епосі фундаментального переходу, генерує новий рівень невизначеності, яка посилюється невизначеністю щодо долі грошей у новому суспільстві. На перший погляд, тотальне впровадження безготівкового грошового обігу виступає як реальна можливість повністю уникнути вад і суспільних втрат, пов'язаних з анонімністю отримання і витрачання готівки. Готівка в розрахунках урівнює грошовий статус законослухняних громадян і порушників закону, осіб, що ухиляються від сплати податків, злочинців. Обов'язкова ж персоналізація карткових рахунків, навпаки, позбавляє суспільство споконвічної вади грошей як таких — анонімності.

Дотримання умов фінансового моніторингу з боку банків унеможливорює використання коштів у незаконних або злочинних цілях. Крім того, карткові рахунки є більш захищеними від зловживань і злочинних зазіхань, оскільки захист грошей клієнтів — професійно забезпечена функція банку відповідно до умов банківської ліцензії. За наявності широкої мережі банкоматів і платіжних терміналів cashless-економіка перетворюється на обов'язковий елемент економічної реальності, який має очевидні переваги для домогосподарств, корпорацій і держави. Однак виникає запитання, чи слід суспільству намагатися повністю скасувати готівку в умовах швидких змін і глибоких кризових явищ? На наш погляд, будь-яка безальтернативність в умовах кризи обмежує адаптивні можливості соціуму на всіх його рівнях — від окремої людини до держави і суспільства в цілому. Більш раціональною стратегією ми вважаємо портфельний підхід у широкому сенсі слова (портфель сценаріїв, портфель інструментів, портфель активів) як простір для маневру суб'єкта, що досягає своїх цілей у складному багатозв'язному середовищі ресурсів, загроз, контрагентів, конкурентів, суттєві ознаки яких можуть бути невизначеними.

З точки зору управління переходом до cashless-економіки важливо не пропустити точку перегину, коли сьогоднішні відчутні переваги безготівкових платежів почнуть «з'їдатися» зростаючими проблемами і

втратами, особливо в умовах криз і шоків. Суспільство та його окремі суб'єкти повинні мати в запасі деякі працюючі альтернативні механізми, які не є такими прогресивними, але є стійкими і надійними. З огляду на це, більш адекватною змісту і характеру епохи фундаментального переходу є модель портфельного підходу до ліквідних активів, яка передбачає раціональну пропорцію між картковими і готівковими розрахунками суб'єктів.

Якщо пов'язувати готівковий обіг з підвищеними ризиками тіньової економіки, фінансової злочинності, ухилянням від сплати податків, то доцільно згадати радянський досвід безпосередньо суспільної економіки, яка виключала невизначеність, ризики і будь-які натяки на стихійність функціонування й розвитку. Однак, як виявилось в останні роки її існування, тотальний облік і контроль у економіці супроводжувалися системною корупцією і доповнювалися величезним тіньовим сектором. Це свідчить не лише про моральну недосконалість людської природи, а й про споконвічну часткову неспроможність держави та інститутів, тому, на наш погляд, неминучий залишок суспільної невизначеності повинен мати свою частково інституціолізовану нішу — готівковий обіг.

Приріст корисності суб'єкта, який утримує і використовує карткові кошти, багато в чому врівноважується додатковими витратами, обтяженнями й ризиками. Витрати пов'язані з комісійними платежами на користь банку-емітенту, обтяження — це обов'язкова доступність до зовнішнього спостереження відповідно до вимог фінансового моніторингу, що означає контроль за всією особистою фінансовою поведінкою. Особливо неоднозначним це обтяження є на тлі схильності держави і наддержавних органів контролю до поширення сфери кримінальної відповідальності, яке відбувається в умовах постійного ускладнення вимог щодо обов'язкового доведення законності джерел походження будь-яких доходів і зарахувань на рахунок клієнта.

Необхідно враховувати, що cashless-економіка, за своїм задумом, є фундаментальною новацією, яка неминуче призведе до декількох неочікуваних і глибоких наслідків. У першому наближенні ці наслідки можуть стосуватися суб'єктних підвалів сучасного суспільства, яке на стадії глобалізації потрапило в стан надмірної складності. Надмірна (деструктивна) складність середовища — це такий рівень суттєвих взаємозалежностей, урахування яких загрожує збереженню і відтворенню ідентичності суб'єктів. З одного боку, cashless-економіка частково парирує цю загрозу, обмежуючи можливості деструктивної соціальної поведінки і, відповідно, спрощуючи систему, виключаючи з неї цілий клас альтернатив, що оцінюються, але, з іншого — це обмежує можливості стихійного саморегулювання системи і знижує її адаптивний потенціал.

Досвід упровадження новітніх фінансових продуктів доводить, що цифрові трансформації у фінансовій сфері найбільш динамічно розгортаються в тих середовищах, де немає функціональної альтернативи —

традиційний банкінг недоступний. По-перше, це бідні африканські й азійські країни, де населення не було включено до системи банківського обслуговування, доки не з'явився мобільний банкінг, який вирішив проблему фінансової доступності. По-друге, цифрові фінансові послуги є популярними серед населення розвинутих країн, у якого немає кредитної історії [5]. Саме незадоволений попит серед населення з низькими рівнями фінансової інклюзії і економічної активності формує основу для бурхливого розвитку ринку цифрових платіжних транзакцій. Якщо у світі з 2018 по 2021 р. кількість безготівкових роздрібних платіжних операцій зростала із загальним річним темпом у 13 %, то на ринках, що розвиваються, цей показник становив 25 % [7]. Таким чином, особливості глобальної цифрової індустрії полягають у її найбільш активному вбудовуванні в простори, де класичні ринкові інститути відсутні або працюють неефективно, тобто в наявності певний інституційний вакуум. Проте не тільки інституційний вакуум, але й відсутність економічної активності — це шлях для «вживляння» цифрової фінансової індустрії. Наприклад, доступність платежів і цифрових кредитів породжує попит там, де його не могло бути в класичній ринковій ситуації через відсутність фізичного доступу до ринку і фінансових засобів для оплати. Саме тому соціальна ізоляція протягом пандемії не зменшила попит, безконтактні цифрові платежі й електронна комерція продовжували зростати і розвиватися: у 2019—2020 рр. глобальні обсяги торгівлі на платформах збільшилися на 25 % і до 2025 р. зростатимуть на 12—15 % на рік [7].

Більш глибокий аналіз показує, що за розбудови цифрового суспільства економічна активність дедалі частіше виникає і розширюється в разі її всебічного стимулювання і контролю; при цьому платіжні транзакції перетворюються з класичних ринкових механізмів обслуговування економічної діяльності на механізми її стимулювання. Добровільний обмін як основа каталактики трансформується на регульований платформами і державою процес задоволення стимульованого попиту. Контроль і стимулювання економічної активності — ось головний аргумент на користь домінанти безготівкових платежів для урядів багатьох країн, що розвиваються. Безготівкові платежі в Кот-д'Івуарі, Індії, Бразилії стали переважними для забезпечення прозорості економічної діяльності, ефективного розподілу соціальної допомоги (як основи стимулювання економічної активності в умовах нестабільності) і боротьби з ухилянням від сплати податків.

Таким чином, у контексті інституційного аналізу цифрові фінансові послуги є суперечливим явищем, яке, з одного боку, здатне частково компенсувати брак ринкових інститутів і цінностей (особливо в окремих країнах залежного розвитку), а з іншого — не дозволяє формуватися повноцінному суспільному попиту на ринкові інститути (як відображення цінностей соціальної свободи і людської солідарності), що призначені для надання економічним ресурсам (включаючи і робочу

силу) необхідної мобільності. Країни ж із стійкими ринковими інституційними підвалинами, що склались історично (США, Німеччина, Велика Британія), навпаки, завжди мають ціннісно-інституційно детермінований попит на готівку й тому не бачать необхідності в тотальному переході на cashless-економіку. Інституційний опір системи надає соціально-економічному розвитку цих країн стратегічного характеру на основі національного інтересу, з раціональним використанням національного ціннісно-інституційного ресурсу. Те, що сьогодні виглядає як швидкий фінансовий прогрес, найчастіше є спробою обійти інституційні вади залежного відсталого розвитку.

СВІТОВИЙ ДОСВІД РУХУ ДО CASHLESS-СУСПІЛЬСТВА

Дуже показово, що, незважаючи на розширення простору використання цифрових роздрібних платежів, на ринках країн, що розвиваються, готівка залишається домінуючою. Наприклад, у Африці у 2021 р. вона використовувалася в 95 % транзакцій. Готівка розподіляється через розгалужену мережу агентів, які допомагають клієнтам, що менш обізнані в цифрових технологіях, оплачувати рахунки, купувати ефірний час, отримувати доступ до готівки зі своїх гаманців і проводити інші транзакції. Готівка все ще залишається найпопулярнішим способом оплати в торгових точках на ринках Південно-Східної Азії, включаючи Таїланд (де на неї припадає 63 % загальної суми транзакцій), В'єтнам (54 %), Індонезію (51 %) і Філіппіни (48 %). У Латинській Америці, де кредитні й дебетові картки є більш поширеними, готівка становить 36 % загальної суми транзакцій [7].

Такі тенденції є характерними не тільки для країн, що розвиваються, а й для високорозвинутих держав. Так, понад 50 % малих і середніх підприємств Великої Британії використовують у розрахунках готівку. Згідно із звітом іwоса, одним з найбільших європейських кредиторів малого бізнесу, значна кількість малих підприємств усе ще використовує готівку, а більше третини з них заявили, що не хочуть переходити на повністю безготівкову систему. Незважаючи на те, що Велика Британія є другим за величиною фінтех-центром у світі, де нині працюють понад 1400 фінтех-компаній, готівка лишається пріоритетною для британських малих і середніх підприємств. Дані іwоса показують, що 46 % британських малих підприємств використовують готівку щомісяця, а 32 % — щотижня. Дослідження доводить, що готівка є важливою платіжною складовою через конкурентні переваги, які вона надає клієнтам: гнучкість операцій і вибір. При цьому тільки три з десяти малих підприємств скоротили залучення готівки з початку пандемії, більшість використовує її так само, а деякі навіть бачать більший попит з боку клієнтів. Понад половину (54 %) малих і середніх підприємств стверджують, що ви-

користання ними банкнот і монет залишається стабільним, незважаючи на збільшення кількості безконтактних і онлайн-платежів, причому майже кожна десята компанія (11 %) спостерігає зростання. Практично чверть (24 %) респондентів стурбована тим, що витрати на оплату картою залишаються занадто високими. Прогнози такі, що через п'ять років майже третина респондентів усе ще планує використовувати фізичні гроші¹⁶. У США право споживачів на використання готівки захищене законом. Так, у Нью-Йорку в магазинах роздрібної торгівлі заборонено використовувати тільки безготівкові розрахунки. Позиція місцевих органів влади є такою: «Ніхто не повинен зазнавати дискримінації лише через те, що він хоче або може платити готівкою»¹⁷.

У світі дедалі частіше простежується тенденція повернення до готівкових платежів. Це відбувається як через високі комісії за транзакціями за безготівковими розрахунками, так і через банківське свавілля, що сьогодні стає неодмінною складовою фінансових послуг. Так, зокрема, у Кенії населення і бізнес не тільки повертаються в розрахунках до готівки, але й закликають уряд втрутитися в систему формування банківських тарифів і заохочувати банки до надання платіжного вибору клієнтам¹⁸.

Європейський досвід формування засад cashless-економіки показує, що в ЄС ці процеси розвиваються на основі глибокого розуміння платіжного ландшафту. З 2019 р. триває систематизація платіжних патернів, що демонструють, як ринкові суб'єкти здійснюють платежі — з використанням готівки або безготівковим способом, і якими є їх потреби. Останній звіт фахівців ЄЦБ (2022 р.) показав, що, незважаючи на те, що в ЄС триває зростання обсягів безготівкових платежів, готівка все ще відіграє важливу роль. З огляду на це, і Стратегія роздрібних платежів у Євросистемі, і стратегія «Готівка 2030» проголошують забезпечення паритетного доступу до платіжних засобів, як готівкових, так і безготівкових, як основу стратегії роздрібних платежів Євросистеми¹⁹. Сучасні європейські підходи глибоко і зрозуміло сконцентровано в цитаті з цього звіту: «Для нас важливо уважно стежити за тенденціями з огляду на нашу відповідальність за емісію державних грошей (нині у формі готівки, а в майбутньому, можливо, у формі цифрового євро ра-

¹⁶ England J. Almost 50 % of UK's SMBs say cash is essential, report says. *FinTech*. 2022. Dec 15. URL: <https://fintechmagazine.com/digital-payments/almost-50-of-uks-smbs-say-cash-is-essential-report-says> (дата звернення: 04.02.2023).

¹⁷ Paul P. The Cost of Going Cashless. *The New York Times*. 2022. Nov 13. URL: <https://www.nytimes.com/2022/11/13/opinion/cashless-pay-problem.html> (дата звернення: 04.02.2023).

¹⁸ Kenyans Turn to Cash to Fight Cashless Fees. *Cashmatters*. 2022. URL: <https://www.cashmatters.org/blog/kenyans-turn-to-cash-to-fight-cashless-fees>

¹⁹ Study on the payment attitudes of consumers in the euro area. *ECB*. 2022. URL: https://www.ecb.europa.eu/stats/ecb_surveys/space/html/index.en.html (дата звернення: 01.02.2023).

зом з готівкою) і сприяти безперерйному функціонуванню системи платежів. Це допоможе нам забезпечити доступність платіжних засобів для всіх громадян єврозони незалежно від їхнього віку, доходу чи місця проживання, гарантуючи споживачам свободу вибору способу оплати навіть у часи цифрової трансформації»²⁰. Якщо більш детально, то в євзоні готівка була найпоширенішим способом оплати в торгових точках (Point of sale (POS) — місце продажу) і використовувалася в 59 % транзакцій, тоді як карткові — в 34% POS-транзакцій; інші способи оплати залучалися для 7 % транзакцій POS. Частка платежів за допомогою мобільних додатків зросла з менш як 1 % у 2019 р. до 3 % у 2022-му. В торгових точках готівка найчастіше використовувалася для здійснення платежів на невеликі суми. Для платежів понад 50 євро найчастіше використовувалися картки. Більшість споживачів єврозони вважали важливою або дуже важливою наявність готівки як варіанта оплати²¹.

З урахуванням викладеного, реалізуючи цифрову стратегію в українській економіці, слід брати до уваги, що, незважаючи на триваюче розширення простору використання безготівкових розрахунків, вони не переважають серед пріоритетів європейських платіжних стратегій; не є домінантними у виборі суб'єктів ринку як у розвинутих країнах, так і у країнах, що розвиваються; існують прецеденти повернення до активного використання готівкових розрахунків у країнах з авангардним розвитком мобільних фінансових послуг. І головне — в умовах зростаючої невизначеності трендів політичного, економічного, соціального розвитку безготівкові розрахунки не можуть забезпечити фінансової усталеності.

Війна в Україні ще раз наочно продемонструвала амбівалентний характер цифрових трансформацій. Каталізатором цифрового вибору в Україні стали події, що призвели до катастрофічних надломів класичної картини ринкової економічної активності, — пандемія і воєнні дії. Війна в Україні, з одного боку, довела невідворотність цифрових трансформацій — забезпечення економічної діяльності в перші місяці війни, в умовах крайньої дестабілізації, стало можливим лише завдяки використанню цифрових механізмів циркуляції ліквідності. З іншого ж боку, ті самі умови воєнного стану показали основоположний характер готівкових розрахунків за настання blackout, що доводить крайню необхідність існування нецифрових платіжних альтернатив для забезпечення усталеності фінансово-інституційного простору.

²⁰ Там само.

²¹ Там само.

ВИСНОВКИ

Cashless-економіка являє собою один з внутрішніх моментів сучасних трансформацій глобального рівня, який охоплює великий сектор світової економіки і справжній сенс якого сьогодні ще не до кінця зрозумілий. Неоднозначний характер ціннісно-інституційних наслідків упровадження механізмів cashless-економіки вимагає від держави і суспільства більш-менш чіткого усвідомлення історично-соціального контексту цілей тотальної відмови від готівкових грошей. Оскільки cashless-економіка змінює сферу повноважень і відповідальності домогосподарств і держави, стратегія її побудови має включати відстежування суспільних ризиків виникнення додаткових джерел конфліктності між людиною, громадянським суспільством і державою.

Кризовий характер сучасного етапу глобального розвитку вимагає зваженого підходу до темпів і напрямів упровадження безготівкових розрахунків з огляду на потенційні ризики руху ліквідності. Це передбачає збереження альтернатив у вигляді ніші законного зберігання й використання готівки як для домогосподарств, так і для певних категорій підприємств. Тактика вичікування певних визначених наслідків чергової хвилі змін і шоків, уникнення незворотних рішень більше відповідає біфуркаційному характеру сучасної епохи.

Через зростаючі тенденції глобального руху до безготівкового суспільства і вимушену однозначність української цифрової стратегії на сучасному етапі доцільно глибоко аналізувати європейський досвід реалізації цифрових трансформацій, для якого характерними є зваженість, розміреність і диференційованість. Так, незважаючи на дослідницький пошук у контексті впровадження цифрової валюти центрального банку, ЄЦБ не активізується в напрямі її швидкого введення, а всі заяви керівних осіб європейського центробанку, навпаки, свідчать про довгострокові перспективи реалізації таких реформ, з переважними мотиваціями до усталеності фінансово-економічного простору і забезпечення паритетного задоволення платіжних потреб усіх учасників ринкового процесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Kajdi L. Consumer payment preferences in the euro area. *ECB Working Paper Series*. September 2022. No. 2729. URL: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb_wp2729~77a315ffeb.en.pdf
2. D'souza R. Cashless India: Getting incentives right. *Observer research foundation*. May 2018. URL: https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2018/05/ORF_Occasional_Paper_153_Cashless_India.pdf
3. Задворних С.С. Перспективи існування безготівкового суспільства та роль готівки у світовій фінансовій системі. *Вісник економічної науки України*. 2019. № 2 (37). С. 27—37. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2\(37\).27-37](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2(37).27-37)

4. Kornivska V. The role played by the digital transformation of Ukraine's financial sector in the context of post-war reconstruction: opportunities and risks. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С. 27—35. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-27-35>
5. Корнівська В. Цифрові трансформації: ризики клієнтоорієнтованих фінансів. *Проблеми економіки*. 2022. № 3. С. 156—163. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-3-156-163>
6. Кейнс Дж.М. Избранные произведения. М., Экономика. 1993. С. 374—376.
7. Chaudhuri R., Gathinji C., Tayar G., Williams E. Sustaining digital payments growth: Winning models in emerging markets. *Mckinsey & Company*. 2022. Oct 13. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/sustaining-digital-payments-growth-winning-models-in-emerging-markets> (дата звернення: 23.12.2022).

Надійшла 21.02.2023

Прорецензована 09.03.2023

Доопрацьована 23.03.2023

Підписана до друку 31.03.2023

REFERNECES

1. Kajdi L. Consumer payment preferences in the euro area. *ECB Working Paper Series*, September 2022, No. 2729. URL: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2729~77a315ffeb.en.pdf>
2. D'souza R. Cashless India: Getting incentives right. *Observer research foundation*, May 2018. URL: https://www.orfonline.org/wp-content/uploads/2018/05/ORF_Occasional_Paper_153_Cashless_India.pdf
3. Zadvornyykh S.S. Prospects for the Existence of a Cashless Society and the Role of Cash in the Global Financial System. *Herald of the Economic Sciences of Ukraine*, 2019, No. 2 (37), pp. 27-37. [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2\(37\).27-37](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2019.2(37).27-37) [in Ukrainian].
4. Kornivska V. The role played by the digital transformation of Ukraine's financial sector in the context of post-war reconstruction: opportunities and risks. *Business Inform*, 2022, No. 8, pp. 27-35. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-8-27-35>
5. Kornivska V. Digital Transformations: The Risks of Customer-Oriented Finance. *The Problems of Economy*, 2022, No. 3, pp. 156-163. <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2022-3-156-163> [in Ukrainian].
6. Keynes J.M. Selected Works. M., 1993, pp. 374-376 [in Russian].
7. Chaudhuri R., Gathinji C., Tayar G., Williams E. Sustaining digital payments growth: Winning models in emerging markets. *Mckinsey & Company*, 2022, Oct 13. URL: <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/sustaining-digital-payments-growth-winning-models-in-emerging-markets> (accessed on: 23.12.2022).

Received on February 21, 2023

Reviewed on March 9, 2023

Revised on March 23, 2023

Signed for printing on March 31, 2023

Oleh Yaremenko, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,

Head of the Institutional Economics Sector of the Department of Economic Theory
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine

26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

Valeriia Kornivska, Dr. Sci. (Econ.),

Senior Research Fellow of the Information and Digital Economics Sector
of the Department of Economic Theory

Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine

26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

POSSIBILITIES FOR HARMONIZATION OF UKRAINE'S PAYMENT SPACE: INSTITUTIONAL ASPECT

The peculiarities and contradictions of cashless economy in the institutional interpretation are studied, the world experience of its development is analyzed in the context of the harmonization of cashless economy creation in Ukraine. In order to achieve the set goals, the current state of Ukraine's digital financial sector development is characterized, the peculiarities of liquidity circulation under martial law are shown, and on this basis it is concluded that, despite the formation of a state-of-the-art payment space in Ukraine, in crisis conditions, a return to archaic payment mechanisms, capable to support the integrity of the economic system, is possible. The institutional analysis made it possible to draw conclusions that digital financial services are a contradictory phenomenon, which, on the one hand, can partially offset the lack of market institutions and values (especially in certain countries of dependent development), yet on the other hand, it thwarts the formation of a full-fledged public demand for market institutions. Based on the analysis of the world experience of implementing the principles of cashless economy, it is shown that, although the volume of cashless payments is growing, they do not prevail among the priorities of European payment strategies and do not dominate the choice of market entities in both developed and developing countries. The experience of cashless economy formation in developing countries proves that even with the avant-garde development of mobile financial services, conditions may arise for return to the active use of cash payments. Taking into account that in the situation of growing uncertainty of political, economic, and social development trends, cashless payments cannot ensure financial stability, it is important today to use the model of portfolio approach to liquid assets, which assumes a rational proportion between card and cash payments of entities.

Keywords: *cashless economy; digitization; institutional analysis; contradictions.*

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.066>

УДК 336.1:352

JEL: H70

М.В. ГОРІХОВСЬКИЙ, канд. екон. наук, заступник директора з навчальної роботи
ВСП «Фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій»
ПЗВО «Кам'янець-Подільський податковий інститут»
вул. Князів Коріатовичів, 21, 32300, Кам'янець-Подільський, Україна
e-mail: korsar.grup@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8777-8071>

В.С. ОГАНЕСЯН, канд. екон. наук, викладач, голова циклової комісії
ВСП «Фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій»
ПЗВО «Кам'янець-Подільський податковий інститут»
вул. Князів Коріатовичів, 21, 32300, Кам'янець-Подільський, Україна
e-mail: oganesjan2009@ukr.net
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6511-0284>

С.В. ВОЗНЮК, канд. техн. наук, викладачка
ВСП «Фаховий коледж економіки, права та інформаційних технологій»
ПЗВО «Кам'янець-Подільський податковий інститут»
вул. Князів Коріатовичів, 21, 32300, Кам'янець-Подільський, Україна
e-mail: svitlana.scientificwork@gmail.com
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7883-6137>

ФОРМУВАННЯ ДОХІДНОЇ ЧАСТИНИ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД У ПЕРІОД ВІЙНИ І ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ КАМ'ЯНЕЦЬ-ПОДІЛЬСЬКОГО РАЙОНУ ХМЕЛЬНИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Проаналізовано й оцінено структуру дохідної частини бюджетів територіальних громад Кам'янець-Подільського району Хмельницької області. Висвітлено вплив децентралізації на незалежність територіальних громад від державного бюджету, їх можливості самостійно забезпечувати власні доходи і рівень залежності від державних субвенцій.

Ц и т у в а н н я: Горіховський М.В., Оганесян В.С., Вознюк С.В. Формування дохідної частини територіальних громад у період війни і повоєнного відновлення (на прикладі Кам'янець-Подільського району Хмельницької області). *Економіка України*. 2023. № 5. С. 66—81. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.066>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Ключові слова: доходи територіальних громад; бюджет; децентралізація; місцеві фінанси; податкові надходження; неподаткові надходження; доходи від операцій з капіталом; міжбюджетні трансферти.

Формування дохідної частини бюджетів під час децентралізації — одне з головних завдань становлення ефективної роботи органів місцевого самоврядування в територіальних громадах (ТГ). Реалізація поставлених економічних цілей є неможливою без пошуку фінансових ресурсів і забезпечення достатніх дохідних джерел для поповнення місцевих бюджетів. З огляду на це, шляхи формування дохідної частини бюджету ТГ є дуже важливими для розуміння, отже, потребують подальшого дослідження.

Посилення уваги науковців до формування місцевих бюджетів територіальних громад України дістали свій прояв у новітніх працях таких учених-економістів, як Я. Арабчук (фінансова децентралізація — основна складова спроможної громади) [1]; М. Горіховський (роль місцевого самоврядування в контексті децентралізації влади і публічного адміністрування) [2; 3]; А.Р. Беля (аналіз формування доходів місцевих бюджетів в умовах адміністративно-фінансової децентралізації) [4]; С. Надал і Н. Спасів (доходи місцевих бюджетів у контексті децентралізації в Україні) [5]; О. Ліснічук і Н. Литовченко (формування дохідної частини місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації) [6] та інші. Дослідження ж і оцінювання дохідної частини бюджету громад Кам'янець-Подільського району, їх результативності й ефективності проводяться вперше.

Отже, **мета статті** — проаналізувати й оцінити структуру дохідної частини бюджетів територіальних громад Кам'янець-Подільського району в період війни, виявити проблеми їх економічного розвитку.

Місцеві бюджети за допомогою фінансових ресурсів активно впливають на економічні й соціальні процеси адміністративно-територіальних одиниць, створюють можливості для розв'язання загальнодержавних проблем на регіональному рівні й підвищення якості життя громадян. Для цього формування і використання фінансових ресурсів місцевими органами державної влади мають визначатися на основі пріоритетів і стратегічних цілей розвитку держави [1].

В Україні основним елементом ефективного управління процесом наповнення бюджету є дієздатні новостворені територіальні громади, які за допомогою доходів вирішують нагальні соціально-економічні питання місцевого значення, задовольняючи, згідно з чинним законодавством, інтереси населення. Децентралізація зробила ТГ незалежними від державного бюджету, надавши їм великих можливостей для самостійного планування розвитку своїх територій і втілення реальних стратегічних проєктів. Держава лише здійснює фінансову підтримку шляхом надання територіальним громадам коштів у вигляді трансфертів, субвенцій, дотацій для реалізації програм їх соціально-економічного розвитку.

На етапі децентралізації влади в Україні актуальними є проблеми розвитку інституту місцевого самоврядування, який діє в умовах удосконалення моделі держави на підставі політичних, економічних, соціальних та історичних традицій. Децентралізація влади — складне і багатоаспектне завдання державної політики. Вона передбачає часткове передання повноважень від центральних органів влади до органів місцевого і регіонального рівнів, а також передання повноважень органам влади, які безпосередньо не належать до виконавчої гілки, а саме — місцевому самоврядуванню.

Децентралізація державної влади як універсальне явище відображає процеси перерозподілу повноважень між органами державної влади і органами місцевого самоврядування. Чим більше децентралізовано державну владу, тим значущою є частка економічних методів впливу на керований об'єкт управління, гнучкішою є управлінська система і розвинутішими демократичні інститути, міцнішою є сама демократія [2, с. 73]. Місцеві бюджети — це засіб акумулювання і перерозподілу доходів, необхідних для забезпечення впливу органів місцевого самоврядування на соціально-економічний розвиток територій і фінансування регіональних програм. Кожен орган влади повинен мати свої фінансові джерела, достатні для вирішення соціально-економічних завдань регіону [4]. Роль доходів місцевих бюджетів важко переоцінити, оскільки вони є інструментом механізму реалізації бюджетної політики на місцевому рівні, дають можливість органам місцевого самоврядування забезпечувати належне виконання покладених на них завдань і функцій, підвищувати їх роль і ефективність функціонування. Брак стабільних доходів у місцевих бюджетах призводить до зменшення рівня фінансової автономії і фінансової незалежності, істотно обмежує здатність місцевої влади впливати на розвиток підконтрольних адміністративно-територіальних громад [7, с. 9].

З метою забезпечення принципу самостійності місцевих бюджетів і надання фінансової незалежності органам місцевого самоврядування при виконанні покладених на них функцій основну увагу зосереджено на власних дохідних джерелах [4, с. 134] (рис. 1).

Результати виконання місцевих бюджетів демонструють загальний соціально-економічний стан відповідної території та її потенціал до сталого розвитку. Якщо місцевий бюджет володіє достатньою кількістю ресурсів, то це свідчить про те, що територіальна громада може надавати більшу кількість різноманітних послуг своїм жителям. Це проявляється в реалізації соціальних та інфраструктурних проєктів, залученні інвестиційного капіталу, розробці програми місцевого розвитку, створенні засад для розбудови підприємництва і фінансування інших заходів для покращення умов проживання жителів громади [4]. З проведенням реформи органи місцевого самоврядування мають більше повноважень з економічного управління територіальними громадами і достатньо коштів для реалізації своїх стратегічних програм розвитку.



Рис. 1. Схема структури доходів бюджетів територіальних громад
Джерело: [4, с. 134].

У цілому в розпорядженні місцевих бюджетів є багато джерел доходів, які можна об'єднати в декілька основних груп:

- частина загальнодержавних податків;
- місцеві податки і збори;
- неподаткові надходження;
- міжбюджетні трансферти — субвенції і дотації [8].

До місцевих бюджетів громад надходить лише частка деяких загальнодержавних податків і зборів, а саме: податок на доходи фізичних осіб (ПДФО), податок на прибуток підприємств, рентна плата за використання природних ресурсів, акциз на спирт, алкоголь, тютюн, паливо тощо. Частки надходжень різняться. Наприклад, з ПДФО до бюджетів територіальних громад надходить 60 % (у Києві — 40 %), з рентної плати за користування надрами — 3 %, а від акцизу на пальне — 13,44 %¹.

Місцева влада збирає свої податки і збори: єдиний податок, податок на майно, земельний податок, збір за місця для паркування і туристичний збір. Їх встановлюють виключно органи місцевого самоврядування на пленарних засіданнях міської ради, тобто саме від місцевих народних обранців залежить, чи буде використовуватися той чи інший податок (збір) на території громади і яким буде його розмір. Ще одне джерело доходів для місцевого бюджету — неподаткові надходження. Ними можуть бути прибутки комунальних підприємств, штрафи, адміністративні збори і платежі або плата за послуги, які надають бюджетні установи. Також до місцевих бюджетів зараховують штрафи за порушення законодавства про працю. Ще є кошти, які громада отримує з інших бюджетів — державного або місцевих. Їх називають міжбюджетними трансфертами, які надаються у формі різного роду субвенцій і дотацій. Наприклад, гарантовану державою заробітну плату педагогам виплачують коштом освітньої субвенції з державного бюджету. Її перераховують до місцево-

¹ Бюджети територіальних громад обласних центрів України за 2018—2021 роки. Аналітичний огляд. Центр спільних дій. URL: <https://centreua.org/wp-content/uploads/2021/07/Byudzhety-terytorialnyh-gromad-oblasnyh-tsentriv-Ukrai-ny-za-2018-2021-roky.-Analitychnyy-oglyad.pdf>

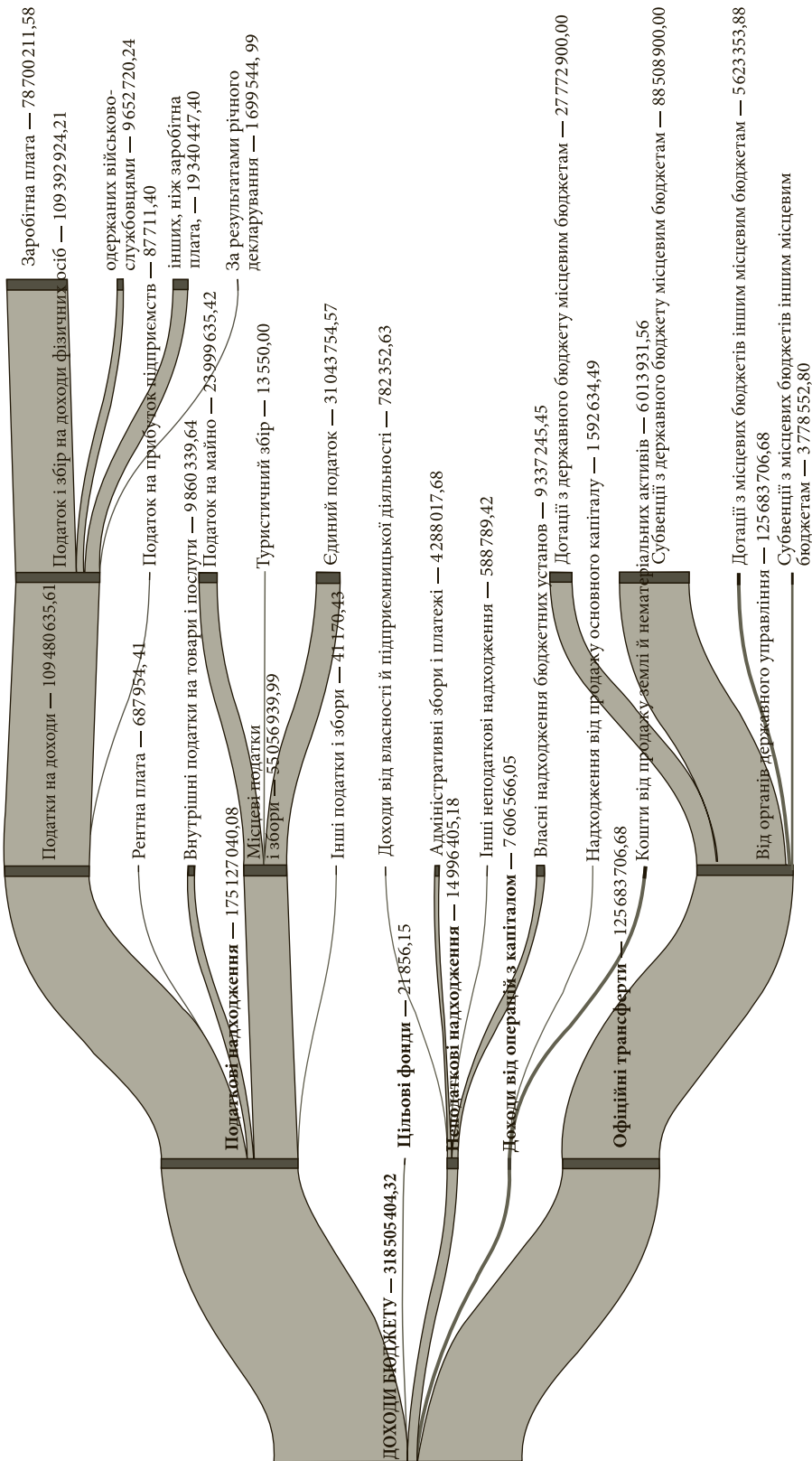


Рис. 2. Структура дохідної частини бюджету Дунаєвської міської ТГ
Джерело: побудовано авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>

го бюджету, і вже з нього виконком місцевої ради оплачує працю педагогів своєї громади. З обласного бюджету громадам також надходять субвенції, але значно менші за обсягом. Зазвичай їх направляють на оплату спільних для громад усієї області проєктів, зокрема на будівництво або ремонт дороги, реставрацію визначних пам'яток культури тощо².

Дотації, навпаки, не направляють на конкретні цілі. Це кошти, які держава безповоротно передає органам місцевого самоврядування, коли вони мають значний дефіцит бюджету, тобто коли витрачають грошей більше, ніж отримують. Ці гроші відразу йдуть на все те, що не вдалося профінансувати власним коштом громади. В ідеалі, місцева влада має правильно планувати свій бюджет, щоб у ньому не було значного розриву між доходами і видатками, тоді вищестоящим органам не потрібно буде дофінансовувати непокриті витрати з центрального бюджету³.

Для розуміння особливостей і шляхів формування дохідної частини місцевих бюджетів складемо на прикладі Дунаєвецької міської громади схему структури дохідної частини бюджету (рис. 2).

Проаналізуємо доходи бюджету Дунаєвецької міської ТГ за основними податковими надходженнями: податки на доходи фізичних осіб, а саме із заробітної плати, становлять 78,7 млн грн; у 2022 р. в громаду вперше надійшли в значному розмірі податкові надходження «Податок на доходи фізичних осіб з грошового забезпечення, грошових винагород та інших виплат, одержаних військовослужбовцями та особами рядового і начальницького складу, що сплачується податковими агентами» в розмірі 9,65 млн грн; також вагомий вплив має податок на доходи фізичних осіб, що сплачується податковими агентами, з доходів платника податку інших, ніж заробітна плата, — 19,3 млн грн. Місцеві податки і збори представлено такими податками: єдиний податок — 31,0 млн грн і податок на майно — 23,9 млн грн. Як у всіх громадах Кам'янець-Подільського району, присутній великий вплив офіційних трансфертів, що становлять 125,68 млн грн.

Сучасні методи податкового планування наповнення місцевих бюджетів дозволяють знизити ризики невизначеності оцінок під час прийняття стратегічних рішень, провести верифікацію прогнозних даних, що відбувається завдяки:

- обґрунтуванню розмірів планових податкових надходжень;
- урахуванню регіональних особливостей соціально-економічного розвитку тощо [9].

Практичний аспект податкової політики на рівні громад має чималий діапазон функціональних проявів: збалансування фінансових інтересів суб'єктів — платників податків, забезпечення зацікавленості кожної відокремленої структури у формуванні власної дохідної бази й

² Там само.

³ Бюджетний кодекс України № 2456-VI від 08.07.2010 р. С. 8. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>

активізації діяльності з її розширення. Реалізація податкової політики здійснюється через податкове регулювання, яке має власний набір інструментів управління податковими грошовими потоками [9].

Щоб установити рівень виконання дохідної частини місцевих бюджетів, проаналізуємо виконання дохідної частини за доходами бюджету територіальних громад, взявши за основу територіальні громади Кам'янець-Подільського району, яку поділимо на дві групи (табл. 1 і 2). Такий поділ на групи зумовлений тим, що сім громад, які входять до I групи, забезпечують виконання дохідної частини за рахунок податкових і неподаткових надходжень і доходів від операцій з капіталом. У II групі (де виділено вісім громад) спостерігаємо пряму залежність виконання дохідної частини бюджетів територіальних громад від офіційних трансфертів, де її частка перевершує власні надходження.

Аналіз за даними табл. 1 виконання дохідної частини за доходами бюджету територіальних громад (I група) демонструє порівняння виконання за статтями в довоєнний період (2021 р.) і під час війни (2022 р.). Отже, фіксуємо загальне невиконання у 2022 р. планових показників. Так, неподаткові надходження Гуменецької сільської ТГ — виконання 63,92 %, Чемеровецької селищної ТГ — виконання 97,73 %. За доходами від операцій з капіталом планові показники виконано в Дунаєвецькій міській ТГ — 209,89 %, Чемеровецькій селищній ТГ — 276,89 %; решта ТГ не змогли виконати планові надходження за даною групою надходжень. Причин цього було декілька: воєнні дії, не реалістичне прогнозування планових показників операцій з капіталом і невміння працювати у форс-мажорних обставинах. Отже, у II—III кварталах доцільно було б скоригувати планові показники. У зв'язку з дефіцитом державного бюджету як у 2021 р., так і у 2022 р. за статтею надходження було незначне невиконання офіційних трансфертів у межах 0,01—0,05 %, проте цю різницю вдалося скоригувати за рахунок власних надходжень.

Аналіз за даними табл. 2 виконання дохідної частини за доходами бюджету територіальних громад (II група) показує перевиконання податкових надходжень усіх ТГ, крім Смотрицької селищної — 99,35 %. За статтею «Неподаткові надходження» спостерігається невиконання надходжень по таких ТГ: Гуківська сільська (99,6 %), Маківська сільська (84,65 %), Орининська сільська (43,94 %), Смотрицька селищна (78,09 %) і Жванецька сільська (91,15 %). Виконання статті «Доходи від операцій з капіталом» спостерігається лише в Закупненській селищній ТГ (100 %). Отже, ураховуючи дефіцит державного бюджету у 2021 і 2022 рр., за надходженнями було незначне невиконання офіційних трансфертів у межах 0,01—0,05 %, і цю різницю вдалося скоригувати за допомогою власних надходжень.

На основі наведених у табл. 1 і 2 даних покажемо динаміку виконання у 2022 р. прогнозованої дохідної частини бюджету у I і II групах (рис. 3 і 4).

Таблиця 1. Виконання дохідної частини за доходами бюджетів ТГ Кам'янець-Подільського району — І група, %

Назва ТГ	Податкові надходження		Неподаткові надходження		Доходи від операцій з капіталом		Офіційні трансферти		Цільові фонди	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Кам'янець-Подільська міська	104,22	108,71	155,25	138,51	103,72	58,96	99,96	99,61	144,61	112,56
Дунаєвецька міська	104,29	104,79	131,36	158,42	202,18	209,89	99,98	99,64	x	x
Чемеровецька селищна	102,16	101,66	74,61	97,73	x	276,89	99,78	99,58	x	x
Гуменецька сільська	99,51	100,58	172,1	63,92	100	x	99,88	99,84	x	x
Новоушицька селищна	97,85	104,84	122,33	125,4	129,91	59,2	99,92	99,99	x	x
Слобідсько-Кульчієвецька сільська	113,85	112,79	152,56	267,92	x	99,89	99,88	99,97	x	x
Новодунаєвецька селищна	101,49	95,67	346,82	117,43	146,85	x	99,99	100	x	x

Примітка: x — доходів не отримано.

Джерело: розроблено і складено авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>

Таблиця 2. Виконання дохідної частини за доходами бюджетів ТГ Кам'янець-Подільського району — II група, %

Назва ТГ	Податкові надходження		Неподаткові надходження		Доходи від операцій з капіталом		Офіційні трансферти		Цільові фонди	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Закупненська селищна	113,26	104,07	146,62	145,58	108,18	100	100	99,97	x	x
Староушицька селищна	103,88	102,42	228,35	197,73	111,8	x	99,71	99,74	x	144,07
Гуківська сільська	104,04	105,11	105,22	99,6	x	x	99,87	99,77	x	x
Маківська сільська	100,86	124,68	97,76	84,65	x	x	99,99	99,98	x	x
Орининська сільська	109,95	115,47	103,04	43,94	x	x	99,81	99,97	x	x
Смотрицька селищна	105,35	99,35	146,23	78,09	x	x	99,81	99,98	x	x
Китайгородська сільська	107,93	104,17	120,91	101,99	x	x	99,99	99,91	x	x
Жванецька сільська	104,65	109,03	124,21	91,15	x	x	99,57	99,96	x	x

Примітка: x — доходів не отримано.

Джерело: розроблено і складено авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>

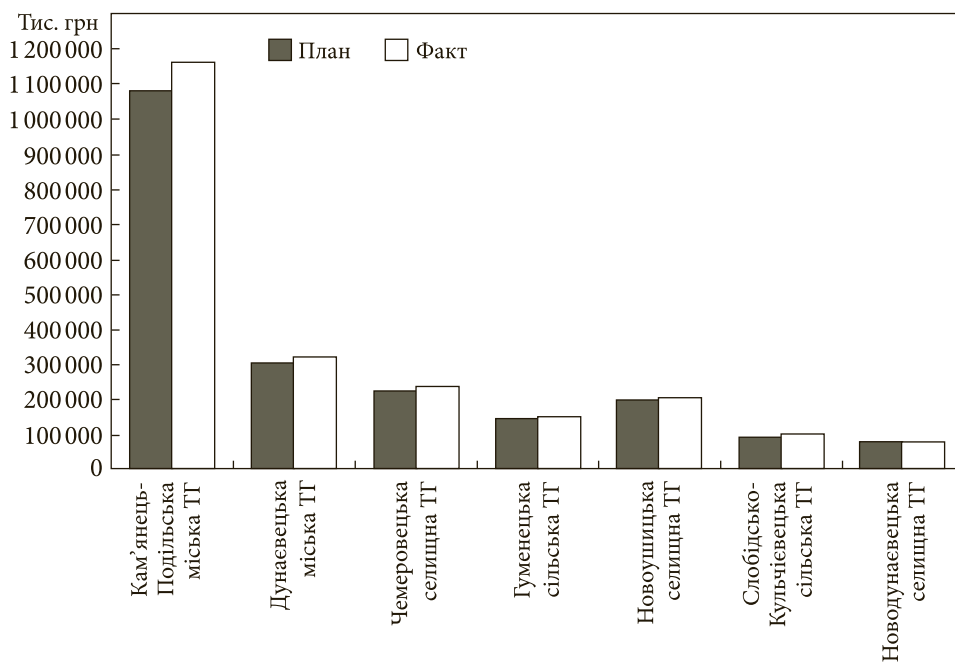


Рис. 3. Динаміка виконання прогнозованої дохідної частини бюджетів ТГ у 2022 р. — I група, тис. грн

Джерело: побудовано авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>

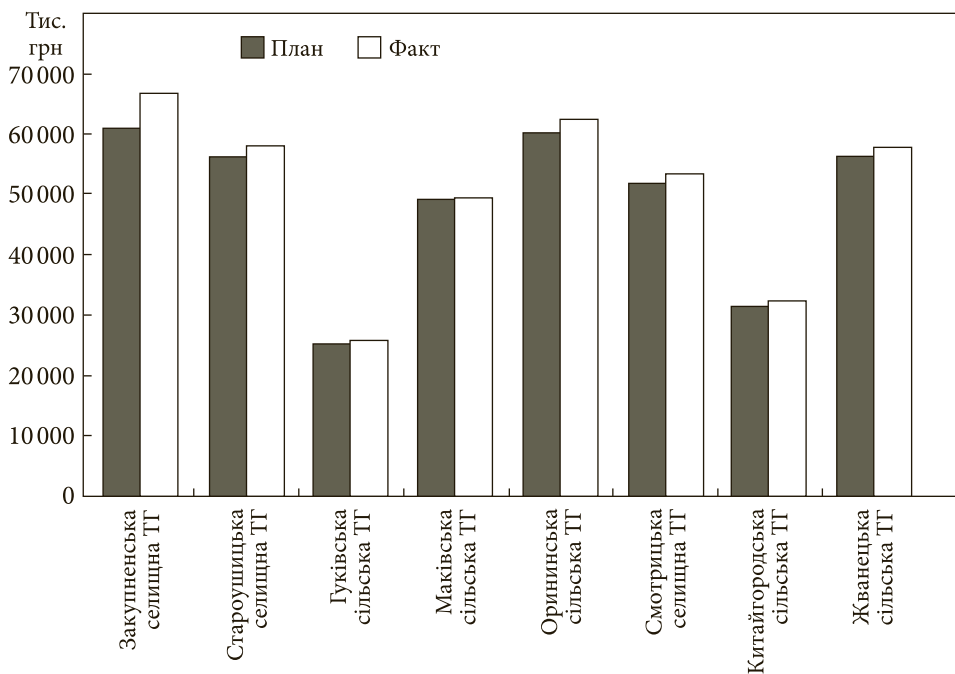


Рис. 4. Динаміка виконання прогнозованої дохідної частини бюджетів ТГ у 2022 р. — II група, тис. грн

Джерело: побудовано авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>



Рис. 5. Структура дохідної частини бюджетів ТГ — I група, %
Джерело: побудовано авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>



Рис. 6. Структура дохідної частини бюджетів ТГ — II група, %
Джерело: побудовано авторами за: open budget. URL: <https://openbudget.gov.ua/>

Проаналізувавши динаміку виконання прогнозованої дохідної частини бюджетів у 2022 р. у I групі, ми встановили, що майже всі ТГ, крім Новодунаєвецької селищної, перевиконали план доходів на 2022 р. (детальніше див. табл. 1).

Проаналізувавши динаміку виконання прогнозованої дохідної частини бюджетів у 2022 р. (II група), ми встановили, що всі громади незначно перевиконали план доходів на 2022 р., крім Закупненської селищної ТГ, яка перевиконала планові показники дохідної частини на 10 %. Таке виконання планових показників у II групі пояснюється тим, що тут малі порівняно з I групою обсяги доходів; більша частина доходів ТГ залежить від офіційних трансфертів з боку держави. Розгляд прогнозу виконання дохідної частини бюджету у 2022 р. по I і II групах показав збільшення фактичних фінансових надходжень над плановими. Такі зміни зумовили додаткове залучення інвестицій і створення сприятливих умов для ефективного розвитку підприємництва в територіальних громадах. З огляду на це, проаналізуємо структуру дохідної частини бюджету територіальної громади (рис. 5 і 6).

У I групі основна стаття доходу бюджету — податкові надходження, які сягають від 51,11 % у Новоушицькій селищній ТГ до 75 % у Гуменецькій сільській ТГ. Залежність від офіційних трансфертів є високою в Новодунаєвецькій і Новоушицькій селищних ТГ — відповідно, 43,75 і 42,73 %, що відображає високий рівень залежності від своєчасних грошових надходжень з боку держави у вигляді міжбюджетних трансфертів. Низька залежність від офіційних трансфертів спостерігається в Гуменецькій сільській і Кам'янець-Подільській міській ТГ — відповідно, 22,13 і 23,66 %. Решті ж територіальних громад I групи рекомендується знизити залежність від трансфертів до 20—25 % за рахунок збільшення податкових і неподаткових надходжень, операцій з капіталом і розробити стратегію оптимізації закладів початкової та середньої освіти, оскільки сьогодні вони утримуються завдяки державному фінансуванню.

У II групі ситуація є протилежною порівняно з I групою. Формування дохідної частини бюджетів прямо залежить від розміру офіційних трансфертів. Критичною ситуація є в Китайгородській сільській (62,33 %), Староушицькій селищній (58,66 %) і Орининській сільській (52,64%) територіальних громадах. Висока залежність від офіційних трансфертів говорить про нерозвинутість великого і середнього підприємництва в даних громадах, низькі податкові й неподаткові надходження, сировинну орієнтованість виробництва, відсутність або незначний вплив місцевих податків (туристичний збір). У всіх громадах низький рівень податкових і неподаткових надходжень — від 34,67 % у Китайгородській сільській до 57,14 % у Смотрицькій селищній ТГ. Це дозволяє зробити висновки, що в ТГ проводиться неефективна податкова політика, незначна інвестиційна привабливість громад, високий рівень безробіття серед місцевих жителів, у наявності сезонна зайнятість, відсутні великі й середні підприємства з переробки сільськогосподарської продукції.

ВИСНОВКИ

З початком повномасштабної війни 24 лютого 2022 р. в державі призупинено децентралізаційні процеси, більшість заходів у місцевому самоврядуванні здійснюється через консультування з районними й обласними військовими адміністраціями. Як наслідок, прийняття управлінських рішень потребує значно більшого часу, ніж раніше. Виконання дохідної частини бюджетів територіальних громад є центральною стадією бюджетного процесу, на якій здійснюється реалізація запланованих програм, завдань і заходів розвитку будь-якої територіальної громади.

Аналіз структури дохідної частини бюджетів територіальних громад Кам'янець-Подільського району І групи свідчить про наявність тенденцій щодо збільшення їх обсягів, що, безумовно, є позитивним явищем діяльності органів місцевого самоврядування. Однак у ІІ групі спостерігаємо, що більшу частину бюджетів становлять офіційні трансферти, а це негативно впливає на бюджети в цілому, адже громада не має повної фінансової самостійності.

За результатами проведеного аналізу структури дохідної частини бюджетів територіальних громад Кам'янець-Подільського району можна стверджувати, що кожна громада суттєво вирізняється своїми фінансовими надходженнями і розміром бюджету. Ці відмінності виявляються через: низьку фінансову спроможність; структурні відмінності за статтями доходів і видатків; відсутність достатніх податкових і неподаткових надходжень; соціально-економічне становище жителів громади тощо.

З огляду на це, подальші дослідження мають бути спрямовані на визначення шляхів збільшення податкових надходжень до бюджетів громад, формування фундаменту фінансової незалежності, посилення платоспроможності й фінансової стійкості громад, прискорення розвитку людського потенціалу. Для цього необхідно здійснити більш ґрунтовний аналіз неподаткових надходжень територіальних громад України з урахуванням шляхів формування доходів у воєнний період.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Арабчук Я.І. Фінансова децентралізація — основна складова спроможної громади. *Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування*. 2016. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2016_1_20
2. Горіховський М.В., Колісник В.А. Роль місцевого самоврядування в контексті децентралізації влади та публічного адміністрування. У: *Технології, інструменти та стратегії реалізації наукових досліджень*. Мат. ІІ Міжн. наук. конференції (Львів, 24 вересня 2021 р.). Вінниця, Європейська наукова платформа, 2021. Т. 1. С. 73—76. URL: https://www.researchgate.net/publication/354928149_ROL_MISCEVOGO_SAMOVRADEVANNA_V_KONTEKSTI_DECENTRALIZACII_VLADI_TA_PUBLICNOGO_ADMINISTRUVANNA?iepl%5BviewId%5D=4KveCnh610llTotlgOjvwwFk&iepl%5Bcontexts%5D%5B0%5D=projectUpdatesLog&iepl%5BtargetEntityId%5D=PB%3A354928149&iepl%5BinteractionType%5D=publicationTitle

3. Gorikhovskiy M., Oganessian V. Formation of fundamentals of Staroushytsk territorial community in Ukraine development strategy on the basis of SWOT-analysis. *Journal SEPIKE Special Edition Ukraine*. 2022. Part 2. P. 31—37. URL: https://5b925ea6-3d4e-400b-b5f3-32dc681218ff.filesusr.com/ugd/b199e2_cebf642007274b06a1c5aa4a3383b8fc.pdf
4. Беля А.Р. Аналіз формування доходів місцевих бюджетів в умовах адміністративно-фінансової децентралізації. *Бюджетна та податкова політика*. 2018. № 1 (129). С. 133—137. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20181\(129\)/sep20181\(129\)_133_BelyaA.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20181(129)/sep20181(129)_133_BelyaA.pdf)
5. Надал С., Спасів Н. Доходи місцевих бюджетів у контексті децентралізації в Україні. *Вісник економіки*. 2016. № 2. С. 102—112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/692>
6. Лісничук О.А., Литовченко Н.А. Формування дохідної частини місцевих бюджетів в умовах бюджетної децентралізації. *Збірник наукових праць Університету державної фіскальної служби України*. 2018. № 2. С. 169—180. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znprnudps_2018_2_15
7. Крупка М., Кульчицький М., Коваленко В. Трансформація ролі доходів місцевих бюджетів як інструменту бюджетного механізму в контексті децентралізації. *Світ фінансів*. 2018. № 3 (56). С. 7—18. URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1078/1083>
8. Янковський В.А., Шендригоренко М.Т. Доходи місцевих бюджетів в Україні: сутнісна складова та сучасний стан у рамках реформи бюджетної децентралізації. *Бізнес інформ*. 2020. № 11. С. 331—337. URL: http://mail.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_11_0_331_337
9. Сукач О.М., Сарана Л.А., Гордієнко Л.А. Податкові інструменти регулювання доходів місцевих бюджетів. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. Серія «Економічна». 2021. № 101. С. 68—78. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2021-101-07>

Надійшла 20.02.2023

Прорецензована 07.03.2023

Доопрацьована 21.03.2023

Підписана до друку 03.04.2023

REFERENCES

1. Arabchuk Ya.I. Fiscal decentralization — the main component of public power. *Theory and practice of public administration and local self-government*, 2016, No. 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2016_1_20 [in Ukrainian].
2. Gorikhovskiy M.V., Kolisnyk V.A. The role of local self-government in the context of decentralization of power and public administration. In: Technologies, tools and strategies for carrying out scientific research. Proc. II Int. Sci. Conference (Lviv, September 24, 2021). Vinnytsya, 2021, Vol. 1, pp. 73-76. URL: https://www.researchgate.net/publication/354928149_ROL_MISCEVOGO_SAMOVRADEVANNA_V_KONTEKSTI_DECENTRALIZACII_VLADI_TA_PUBLICNOGO_ADMINISTRUVANNA?_iepl%5BviewId%5D=4KveCnh610llTotlgOjvwvFk&_iepl%5Bcontexts%5D%5B0%5D=projectUpdatesLog&_iepl%5BtargetEntityId%5D=PB%3A354928149&_iepl%5BinteractionType%5D=publicationTitle [in Ukrainian].
3. Gorikhovskiy M., Oganessian V. Formation of fundamentals of Staroushytsk territorial community in Ukraine development strategy on the basis of SWOT-analysis.

- Journal SEPIKE Special Edition Ukraine*, 2022, Part 2, pp. 31-37. URL: https://5b925ea6-3d4e-400b-b5f3-32dc681218ff.filesusr.com/ugd/b199e2_cebf642007274b06a1c5aa4a3383b8fc.pdf
4. Belya A. Analysis of the formation of local budget revenues in terms of administrative and financial decentralization. *Socio-economic problems of the modern period of Ukraine*, 2018, No. 1 (129), pp. 133-137. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20181\(129\)/sep20181\(129\)_133_BelyaA.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20181(129)/sep20181(129)_133_BelyaA.pdf) [in Ukrainian].
 5. Nadal S., Spasiv N. Revenues of local budgets in the context of decentralization in Ukraine. *Herald of Economics*, 2016, No. 2, pp. 102-112. URL: <http://visnykj.wunu.edu.ua/index.php/visnykj/article/view/692> [in Ukrainian].
 6. Lisnichuk O., Litovchenko N. The formation of a profitable part of local budgets in terms of fiscal decentralization. *Proceedings of the University of State Fiscal Service of Ukraine*, 2018, No. 2, pp. 169-180. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/znprnudps_2018_2_15 [in Ukrainian].
 7. Krupka M., Kulchytsky M., Kovalenko V. Transformation of the role of local budgets income as an instrument of budget mechanism in the context of decentralization. *World of Finance*, 2018, No. 3 (56), pp. 7-18. URL: <http://sf.wunu.edu.ua/index.php/sf/article/view/1078/1083> [in Ukrainian].
 8. Yankovskyi V.A., Shendryhorenko M.T. Revenues of Local Budgets in Ukraine: The Essential Component and the Current Situation in the Framework of the Budget Decentralization Reform. *Business Inform*, 2020, No. 11, pp. 331-337. URL: http://mail.business-inform.net/article/?year=2020&abstract=2020_11_0_331_337 [in Ukrainian].
 9. Sukach O., Sarana L., Gordienko L. Tax instruments of local budget revenue regulation. *Bulletin of V.N. Karazin Kharkiv National University. Economic Series*, 2021, No. 101, pp. 68-78. <https://doi.org/10.26565/2311-2379-2021-101-07> [in Ukrainian].

Received on February 20, 2023

Reviewed on March 7, 2023

Revised on March 21, 2023

Signed for printing on April 3, 2023

Maksym Gorikhovskyi, PhD (Econ.),
Deputy Director for Educational Work
Professional College of Economics, Law and Information Technologies
of Kamyanets-Podilsky Tax Institute
21, Knyaziv Koriatovychiv St., Kamyanets-Podilsky, 32300, Ukraine
Valerik Oganesyan, PhD (Econ.),
Lecturer, Head of Cycle Commission
Professional College of Economics, Law and Information Technologies
of Kamyanets-Podilsky Tax Institute
21, Knyaziv Koriatovychiv St., Kamyanets-Podilsky, 32300, Ukraine
Svitlana Voznyuk, PhD (Engineering), Lecturer
Professional College of Economics, Law and Information Technologies
of Kamyanets-Podilsky Tax Institute
21, Knyaziv Koriatovychiv St., Kamyanets-Podilsky, 32300, Ukraine

FORMATION OF TERRITORIAL COMMUNITIES'
REVENUES DURING THE WAR AND POST-WAR
RECONSTRUCTION (ON THE EXAMPLE OF KAMYANETS-
PODILSKY DISTRICT, KHMELNYTSKY REGION)

The war made adjustments to the planning and execution of territorial communities' revenue budgets, affecting significantly the filling and financial stability of the budgets. In the example of Kamyanets-Podilsky district, Khmelnytsky region, the structure of territorial communities' revenue budgets, which consist of various sources, was analyzed and evaluated. The main revenue sources are taxes, levies, and other mandatory payments paid by the population and enterprises. Subsidies from state and regional budgets can also count as the revenues of territorial community.

Each community in the Kamyanets-Podilsky district was studied with the division of the communities into two groups, which made it possible to analyze and identify patterns in the forecasting and execution of revenue budgets. The role of each type of taxes in the formation of the community budget was considered, and determined.

A detailed analysis of the structure of the ways of local revenue budget formation revealed an increasing flow, and increase in tax revenue in the "PIT — received by military personnel" structure. Mobilization processes affect the increase in the number of individuals who have employment and high wages, which positively affects the increase in revenues, but when forecasting the budget, it is necessary to take into account that after the victory, demobilization processes will take place and revenues will decrease.

The impact of decentralization on the independence of territorial communities from the state budget, their ability to independently secure their revenues and the level of dependence on state subsidies were examined. It was concluded that the formation of territorial communities' revenue budgets during the war and post-war reconstruction was a complex process that required a comprehensive approach and the cooperation of all stakeholders.

Keywords: *revenues of territorial communities; budget; decentralization; local finance; tax revenues; non-tax revenues; revenues from capital transactions; intergovernmental transfers.*

<https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.082>

УДК 338.3:631.1

JEL: Q18, Q20

О.М. БОРОДИНА, д-р екон. наук, проф., член-кореспондент НАН України,
завідувачка відділу економіки і політики аграрних перетворень

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна

e-mail: olena.borodina@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-9937-5907>

І.В. ПРОКОПА, д-р екон. наук, проф., член-кореспондент НААН України,

головний науковий співробітник відділу економіки

і політики аграрних перетворень

ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАН України»

вул. Панаса Мирного, 26, 01011, Київ, Україна

e-mail: iprokopa@ukr.net

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3681-2655>

СОЦІОЕКОНОМІЧНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА І СЕЛА НА ЗАСАДАХ АГРОЕКОЛОГІЇ: НАУКОВО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ

Розкрито соціоекономічні чинники агроекологічного переходу до сталого аграрного і сільського розвитку, напрями їх активізації для формування стійких агропродовольчих систем. Визначено основні завдання вітчизняного агроекологічного розвитку, серед яких інституціоналізація всіх його форм, зміцнення стабільності, опору зовнішнім чинникам та інклюзивності існуючих агропродовольчих систем усіх рівнів, сприяння поширенню агроекологічних практик малих виробників.

Ключові слова: агроекологія; агропродовольчі системи; соціоекономічна складова; сталий розвиток.

Ц и т у в а н н я: Бородіна О.М., Прокопа І.В. Соціоекономічна складова розвитку сільського господарства і села на засадах агроекології: науково-прикладні аспекти. *Економіка України*. 2023. № 5. С. 82—96. <https://doi.org/10.15407/economyukr.2023.05.082>

© Видавець ВД «Академперіодика» НАН України, 2023. Стаття опублікована на умовах відкритого доступу за ліцензією CC BY-NC-ND license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Агроєкологія як система знань, громадських рухів і способу господарювання набуває поширення у світі. Агроєкологічна тематика широко представлена в науковій і навчальній літературі, практичних рекомендаціях, нормативних документах. На досягнення агроєкологічних цілей спрямовано діяльність громадських організацій, які виступають за чистоту довкілля, збереження біорізноманіття, якісне харчування. Агроєкологічні практики, в основі яких лежать виробництво органічної продукції, ощадливе використання природних ресурсів і мінімізація негативного впливу сільського господарства на довкілля, реалізуються в різних формах, з акцентом на певних процесах. У органічному землеробстві, наприклад, особлива увага приділяється сівознам, органічним добривам, щадним методам обробітку ґрунту; в органічному сільському господарстві, крім згаданого, велике значення надається дотриманню замкнутого циклу «рослинництво — корми — тваринництво — органічні добрива»; регенеративне землеробство включає заходи, спрямовані на запобігання втратам і на відновлення природної родючості ґрунту; пермакультура максимально використовує переваги природних ландшафтів і біологічних циклів тощо.

Попри зазначене, частка виробництва сільськогосподарської продукції на засадах агроєкології залишається незначною. В Україні домінує тип індустріалізованого сільського господарства, зосередженого на вирощуванні обмеженого набору експортоорієнтованих культур, яке супроводжується виснажливим використанням земельних та інших природних ресурсів і деструктивним впливом на довкілля й соціальний розвиток села. Як показали події воєнного часу, він виявився вразливим до зовнішніх впливів і таким, що недостатньо забезпечує стійкість агропродовольчої системи. У повоєнний період ці недоліки можуть і повинні бути усунені шляхом переходу сільського господарства і села до розвитку на засадах агроєкології.

Багатогранність агроєкології зумовлює різноаспектність присвячених їй публікацій. Вирішення еколого-економічних проблем використання й відтворення природно-ресурсного потенціалу аграрної сфери і сільських територій висвітлюють учені Інституту економіки природокористування та сталого розвитку НАН України М. Хвесик, І. Бистряков, О. Веклич, Г. Обиход та інші. Питання формування збалансованих екосистем і впливу змін клімату на них досліджують науковці Інституту агроєкології і природокористування НААН О. Фурдичко, О. Дребот, О. Тараріко, Т. Ільєнко, О. Кучма. Еколого-економічні імперативи розвитку органічного сільського господарства розкрито в монографії О. Шкуратова, В. Чудовської і А. Вдовиченка [1], а окремі аспекти цього розвитку — в статтях В. Артиша [2], О. Шубравської [3], О. Попової [4], а також З. Карпюк і Т. Шевчук [5], К. Прокопенко і Л. Удової [6], інших авторів. Агроєкології як способу подолання конфліктності у взаємодії економіки і природи присвячено публікацію Л. Молдаван [7]. Водночас

зміст терміна «агроекологія» в наукових працях і на практиці трактується переважно в межах системи «природне середовище — сільсько-господарське виробництво». Людському ж — соціоекономічному — компоненту такої системи приділяється недостатня увага. Недооцінка соціоекономічної складової агроекології, на нашу думку, є однією з основних причин її слабкої поширеності на практиці.

Отже, **мета статті** — розкрити соціоекономічні чинники агроекологічного переходу сільського господарства і села до сталого розвитку і на прями їх активізації для становлення стійких агропродовольчих систем.

Соціоекономічній складовій належить визначальна роль у забезпеченні виробництва сільськогосподарської продукції і харчових продуктів на засадах агроекології. Адже обсяги і рівень застосування агроекологічних практик залежать від того, наскільки з ними обізнані, усвідомлюють їх цінність і вмотивовані використовувати власники і користувачі земельних ділянок, безпосередні виробники продукції, людські спільноти всіх ієрархічних рівнів і суспільство в цілому. Показовим щодо цього є один з історичних фактів формування агроекології як науки, що згадується в низці публікацій. Учений-філософ Рудольф Штайнер, який на прохання групи землевласників, занепокоєних майбутнім землеробства в умовах хімізації та інтенсифікації виробництва, у 1924 р. сформулював принципи біодинамічного сільського господарства. Він виклав їх у циклі лекцій, відомих як «Сільськогосподарський курс», або «Духовні наукові основи землеробського процвітання», і прочитав його для більш як 100 фермерів, закликавши їх *втїлювати і досліджувати його теорію на практиці*¹ [5, с. 57—58].

СОЦІОЕКОНОМІЧНІСТЬ АГРОЕКОЛОГІЇ ЯК СИСТЕМИ

У соціоекономічній складовій розвитку сільського господарства і села на засадах агроекології можна виокремити власне соціально-економічні (тобто соціальні, пов'язані з виконанням виробничого циклу), соціокультурні й інституційні аспекти. Зазвичай вони переплітаються, поєднуються і проявляються в одних і тих самих явищах чи процесах, відображаючи їх різні сторони. Важливо підкреслити, що результатами агроекологічних практик (продуктами агроекології) є *виробництво органічної продукції*, і збереження/відтворення природної родючості ґрунту, якісного складу водних ресурсів, повітря, природних ландшафтів, інших елементів довкілля, тобто фактично *продукування суспільних благ*.

Соціально-економічні аспекти агроекології виражаються суспільними відносинами, які опосередковують виробництво органічної про-

¹ Біодинамічне землеробство вивчають в Україні. *Агроекологія*. URL: <http://www.agroecology.in.ua/organicmovement/319> (дата звернення: 14.04.2023).

дукції, функціонування її ринків, збереження природних ресурсів і навколишнього середовища. Важливими тут є запит відповідних спільнот і всього суспільства на продукти агроєкології, а також умови створення цих продуктів. Останні пов'язані як з мотивацією до виробництва продукції на засадах агроєкології, зокрема його дохідністю, так і з умовами відтворення людського капіталу, залученого чи причетного до її створення: розміщенням людей на території (розселенням), їх доступом до освітніх, медичних, комунально-побутових та інших суспільних послуг, якістю довкілля тощо.

До соціокультурних чинників відносять: життєві цінності, освіту, творчість, ментальність; економічну, правову, політичну, екологічну, ділову культуру; стан громадянського суспільства, споживчі настрої. У агроєкології важливу роль відіграють ще й національні (місцеві) особливості хліборобської культури, традиційні методи господарювання на землі, специфіка виготовлення і споживання харчових продуктів (харчові звички). Інтерпретуючи висновки О.М. Балакіревої щодо соціокультурних чинників поведінки населення на ринку праці [8, с. 55, 59], можна стверджувати, що стосовно виробництва і споживання продуктів агроєкології їх репрезентують: потреби, цінності, ставлення, мотивація й, у кінцевому підсумку, дії людей щодо вибору найбільш прийнятних для них поведінкових стратегій і їх реалізації.

Інституційне середовище розвитку сільського господарства і сільських територій на засадах агроєкології утворюють формальні й неформальні настанови, норми, процедури тощо, якими керуються учасники цього розвитку. Важливе місце належить матеріалам ООН та її органів, які на глобальному рівні прямо чи опосередковано визначають мету, завдання і основні принципи агроєкології. Серед них: Цілі сталого розвитку, затверджені на саміті ООН у 2015 р.², рамкова програма ФАО «Десять компонентів агроєкології»³, доповідь Групи високого рівня ООН «Агроєкологічні та інші інноваційні підходи на підтримку стійких сільськогосподарських і продовольчих систем, що підвищують рівень продовольчої безпеки й якості харчування»⁴. Формальні інститути агроєкології включають закони та інші правові акти, програми,

² Національна доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна». Міністерство економіки України. 2017. 12 вер. URL: <https://me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=6f446a44-9bba-41b0-8642-8db3593e696e&title=NatsionalnaDopovid-tsiliStalogoRozvitku-Ukraina-> (дата звернення: 14.04.2023).

³ The 10 elements of agroecology. Guiding the transition to sustainable food and agricultural systems. FAO. 15 p. URL: <https://www.fao.org/3/i9037en/i9037en.pdf>

⁴ Агроэкологические и другие инновационные подходы в поддержку устойчивых сельскохозяйственных и продовольственных систем, повышающих уровень продовольственной безопасности и качество питания. Доклад Группы экспертов высокого уровня по вопросам продовольственной безопасности и питания, 17 июля 2019 г. 204 с. URL: http://www.fao.org/fileadmin/templates/cfs/HLPE/reports/HLPE_Report_14_RU.pdf

нормативи, процедури тощо, запроваджені з цією метою в країнах світу; заходи органів влади і самоврядування з питань використання природних ресурсів у виробництві сільськогосподарської і харчової продукції та торгівлі нею. Неформальні ж інститути — згадані вище соціокультурні чинники, а також інші неписані норми, яких дотримуються виробники і споживачі продуктів агроєкології, у тому числі довіра споживачів органічної продукції до її виробників. До інституційного середовища відносять також організаційні утворення, які забезпечують функціонування перших двох його складових.

Соціоекономічний аспект агроєкології відображений у її визначенні Міжнародною федерацією органічного руху (International Federation of Organic Agriculture Movements — IFOAM), згідно з яким екологічне сільське господарство ґрунтується на принципах здоров'я, екології, справедливості та турботи і характеризується, серед іншого, об'єктивністю, повагою, коректністю й господарським ставленням як між людьми, так і у відносинах з іншими живими істотами; воно повинно створювати для кожної залученої людини високий рівень життя і робити вагомий внесок у продовольчий суверенітет країни й ліквідацію бідності⁵. Зарубіжні науковці в працях, присвячених агроєкології, також підкреслюють, що вона є головним елементом урівноваженого розвитку сільських територій, спрямованим на охорону природи від і одночасно на виробництво продовольства з бажаними для споживачів параметрами якості; їй належить важлива роль у імплементації цілей сталого розвитку, оскільки вона є вагомим джерелом суспільних благ [9].

Продовольча і сільськогосподарська організація ООН (ФАО) також трактує зміст поняття агроєкології у контексті парадигми сталого розвитку. Згідно з її формулюванням, агроєкологія спрямована на реалізацію Цілей сталого розвитку шляхом забезпечення стійкості виробництва продовольства і ведення сільського господарства, що має базуватися на комплексному підході, який передбачає спільне застосування екологічних і соціальних концепцій і принципів при плануванні й управлінні агропродовольчими системами. Відповідно, метою агроєкології є досягнення оптимальної взаємодії між рослинним і тваринним світом, людьми і довкіллям з урахуванням соціальних аспектів, необхідних для створення стійких і справедливих продовольчих систем⁶. Ідеться про системи, які забезпечують доступ до продуктів агроєкології усім верствам населення з дотриманням принципу «ніхто не має бути забутий», тобто про їх інклюзивність.

Агроєкологія більшою чи меншою мірою сприяє досягненню п'ятнадцяти із сімнадцяти Цілей сталого розвитку в період до 2030 р. (ви-

⁵ Принципи органічного сільського господарства. *Федерація органічного руху України*. URL: <https://organic.com.ua/princzipi-organichnogo-silskogo-gospodarstva/> (дата звернення: 17.04.2023).

⁶ The 10 elements of agroecology. Guiding the transition to sustainable food and agricultural systems. FAO. URL: <https://www.fao.org/3/i9037en/i9037en.pdf>

нятком є цілі, присвячені вирішенню завдань у енергетиці, промисловості та інфраструктурі). Найбільший же внесок вона здатна зробити в подолання голоду і бідності, зміцнення продовольчої безпеки, поліпшення харчування й здоров'я людей (цілі № 1 і 2); боротьбу із зміною клімату і збереження екосистем суші (цілі № 13 і 15); подолання соціальної нерівності між людьми, створення умов для отримання молоддю гідної роботи, забезпечення гендерної рівності (цілі № 10, 8 і 5).

Разом з тим у матеріалах ФАО з питань агроєкологічного переходу до формування стійких агропродовольчих систем зазначається, що агроєкологія докорінно відрізняється від інших підходів до забезпечення сталого розвитку, оскільки в її основі лежать ініціативи знизу і територіальні процеси, які допомагають у вирішенні конкретних місцевих проблем⁸. ФАО пропонує країнам світу в процесі перетворень у агропродовольчих системах орієнтуватися на такі 10 компонентів агроєкології: різноманітність, синергія, ефективність, стійкість до зовнішніх впливів; рециркуляція; спільне нагромадження знань і обмін знаннями; загальнолюдські й соціальні цінності; культурні й харчові традиції; циркулярна і солідарна економіка; відповідальне управління.

СОЦІОЕКОНОМІЧНІСТЬ КОМПОНЕНТІВ АГРОЕКОЛОГІЇ

Соціоекономічні характеристики притаманні всім складовим агроєкології, навіть таким, які на перший погляд видаються суто біологічними (наприклад, *різноманітність* асоціюється насамперед з максимальною кількістю представників рослинного і тваринного світу). При цьому в одних її компонентах переважають соціально-економічні, а в інших — соціокультурні (*культурні й харчові традиції*) чи інституційні (відповідальне управління) елементи.

Різноманітність (біорізноманіття) є однією з умов диверсифікації виробництва і, відповідно, розширення сфери прикладання праці в сільській місцевості й збільшення доходів населення. Це позитивно впливає на рішення сільських жителів щодо видів і форм їх діяльності, здобуття необхідних знань, вибору місця проживання, поліпшення умов життя тощо. У свою чергу, диверсифікація виробництва сільськогосподарської продукції сприяє урізноманітненню раціонів харчування людей, а відтак і зміцненню їхнього здоров'я.

Синергія, зокрема соціоекономічний аспект цього компоненту агроєкологічного підходу, означає розбудову співробітництва, партнерських зв'язків між виробниками органічної продукції і продовольства між собою й між ними і споживачами, місцевими спільнотами і громадами; формування місцевих і локальних агропродовольчих ринків тощо, а також справедливий розподіл ресурсів і прав доступу до них. Останнє

⁷ Там само.

включає дотримання прав селян на землю, інші природні ресурси і результати їх використання.

Ефективність агроекологічного підходу зумовлена насамперед тим, що він передбачає використання у виробництві природних ресурсів без додаткових витрат на збереження чи поліпшення їх якості: природної родючості ґрунту, атмосферних азоту і водню, сонячної радіації тощо. Це знижує витрати на придбання хімічних засобів та їх негативний вплив на довкілля, зменшує залежність агроекологічних систем від зовнішніх чинників, підвищує їх самостійність і стійкість. Соціоекономічність тут виражається готовністю і здатністю виробників використовувати згадані фактори ефективності, а також економічною стійкістю, яка дозволяє краще переносити стресові ситуації, такі як пандемії чи воєнні дії.

Стійкість щодо зовнішніх впливів забезпечується насамперед їх диверсифікованістю і пов'язана з іншими компонентами агроекології: біорізноманіттям, рециркуляцією, нагромадженням знань тощо. Диверсифіковані агроекологічні системи краще адаптуються до змін клімату, легше переносять негативні наслідки екстремальних ситуацій. Їх соціоекономічна стійкість проявляється в тому, що завдяки урізноманітненню та інтеграції виробники мають можливість пом'якшити втрати в разі невдачі з якимось одним видом діяльності.

Рециркуляція означає здатність агроекологічних систем підтримувати кругообіг органічних речовин у природі й з користю для власного функціонування утилізувати побічні продукти виробництва. Рециркуляції органічних речовин особливо сприяє поєднання рослинництва і тваринництва, коли побічна продукція вирощування і переробки сільськогосподарських культур використовується на корм тварин, а утримання худоби і птиці — на удобрення і поліпшення структури ґрунту. Соціоекономічним ефектом рециркуляції є зниження залежності виробників агроекологічної продукції від зовнішніх ресурсів і підвищення їх господарської та економічної стійкості.

Спільне нагромадження знань і обмін знаннями є соціоекономічними за своєю суттю і поєднують у собі традиційні й місцеві знання, досвід виробників сільськогосподарської продукції та продовольства, глобальні наукові знання. Нагромадження знань також включає широкий обмін ними. Світовий досвід показує особливо високу дієвість горизонтального обміну агроекологічними знаннями «від виробника до виробника»: найповніше це відбувається при виробництві агроекологічної продукції селянськими і сімейними фермерськими господарствами. Своєю чергою, широка участь селянських і сімейних фермерських господарств у агроекологічному русі сприяє інклюзивному сільському розвитку.

Загальнолюдським і соціальним цінностям належить чільне місце в агроекології, оскільки вона ґрунтується на таких базових принципах, як справедливість, відповідальність, рівність й інклюзивність. У країнах, де визначальну роль у аграрному виробництві відіграють сімейні господар-

ства, агроекологічні підходи дають можливість сільським жителям та їхнім спільнотам поліпшувати якість життя, допомагають зайнятим у цих господарствах жінкам підвищувати рівень своєї самостійності шляхом набуття необхідних знань, участі в колективних діях і комерціалізації своєї праці. Оскільки агроекологічне виробництво базується на інноваціях, кваліфікованій і соціально відповідальній діяльності, воно є потенційно привабливою сферою зайнятості для молоді.

Культурні й харчові традиції, пов'язані з тим, що в процесі цивілізаційного розвитку в кожного народу сформувались адаптовані до місцевих умов набори сільськогосподарських рослин і свійських тварин, вирощування яких дозволяло забезпечувати раціональну потребу в харчових продуктах, а також способи (технології) виробництва, приготування і споживання цих продуктів. Вони набували традиційних форм і ставали елементами національної культури. Індустріалізація і глобалізація зумовлюють вимивання традиційних компонентів у аграрно-продовольчій сфері й появу нових технологій, продуктів, форм і звичок харчування. Агроекологія поєднує традиційні й сучасні харчові звички, підтримує місцеве, сезонне виробництво продовольства і здорові, різноманітні та прийнятні для місцевої культури харчові раціони.

Циркулярна і солідарна економіка, пріоритет у якій належить безпосереднім зв'язкам споживачів і виробників продовольства, сприяє формуванню справедливих і стійких локальних ринків, поширенню соціальних та інституційних інновацій. Прикладами є різні форми солідарного сільського господарства, в організації і забезпеченні діяльності яких беруть участь споживачі; ведення сільського господарства за підтримки місцевих громад; ринки місцевих виробників тощо.

Відповідальне управління передбачає наявність прозорих, підзвітних та інклюзивних механізмів регулювання розвитку агроекології на різних рівнях, зокрема, у процесі реалізації комплексних чи цільових державних, регіональних і локальних програм. Найпоширеніші приклади: програми шкільного харчування, державних закупівель, субсидій, інших видів підтримки виробників агроекологічної продукції. Особливо важливим є регулювання у сфері земельних та інших природних ресурсів, яке має не тільки забезпечувати рівноправний доступ до них різних верств населення, а й надавати гарантії для довгострокових інвестицій, необхідних для збереження ґрунтів і біорізноманіття.

СОЦІАЛІЗАЦІЯ ТА ІНСТИТУЦІАЛІЗАЦІЯ АГРОЕКОЛОГІЧНИХ ПРАКТИК ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ СТІЙКОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧИХ СИСТЕМ

Сьогодні агроекологія трактується як інноваційний підхід до формування стійких сільськогосподарських і продовольчих систем, який поєднує екологічні й соціальні концепції, базується на застосуванні наукових, традиційних і практичних знань і дотриманні принципів справедливості й інклюзивності. У його основі лежать ініціативи знизу і територіальні процеси, які дають можливість урахувати місцеву специфіку і в яких першочергову увагу приділено потребам людей.

Формування стійких сільськогосподарських і продовольчих систем може здійснюватися на рівні сімейних селянських і фермерських господарств, сільськогосподарських підприємств, об'єднань виробників сільськогосподарської продукції та переробних підприємств, виробників і споживачів продовольства; у межах місцевих, локальних, регіональних спільнот, усієї країни. Соціоекономічні функції агроекології найповніше реалізуються на місцевому і локальному рівнях, де відповідні підходи використовують якомога більше дрібних виробників, встановлюються міцні зв'язки між виробниками та між ними і споживачами органічних продуктів, формуються локальні агропродовольчі ринки. Завдяки цьому зростають обсяги виробництва органічних продуктів та їх споживання різними верствами населення, розширюється ареал екологобезпечного використання природних ресурсів у сільському господарстві, збереження біорізноманіття тощо, посилюється соціальний та інклюзивний характер агропродовольчої системи.

Важливість соціалізації та інституціалізації розвитку сільського господарства і села на засадах агроекології зумовлена тим, що самого лише збільшення виробництва органічних продуктів може виявитися недостатньо для становлення стійких агропродовольчих систем. Це ілюструє й приклад вітчизняного аграрного сектору. Так, у 2021 р. в Україні, за даними моніторингу Міністерства аграрної політики та продовольства, виробництвом органічної продукції займалися 418 сільгоспвиробників, площа сільськогосподарських угідь з органічним статусом становила 370,1 тис. га. На внутрішньому ринку було реалізовано 9,8 тис. т органічної продукції на суму, еквівалентну 33 млн дол., спостерігалось розширення асортименту органічних продуктів, проданих через основні мережі супермаркетів, експортовано — 260 тис. т на суму 220 млн дол.⁸ У 2022 р. Україна експортувала до ЄС і Швейцарії 225,8 тис. т органічної продукції, що на 13 % більше, ніж у 2021 р.⁹ Усе це дає підстави для певних висновків.

⁸ Органічне виробництво в Україні. *Міністерство аграрної політики та продовольства України*. 2022. 11 жов. URL: virobnictvo-v-ukrayini (дата звернення: 14.04.2023).

⁹ Попри війну Україна збільшила експорт органічної продукції до ЄС. *Agropravda.com*. 2023. 16 лют. URL: <https://agropravda.com/news/agrorynok/19680-popri-vijnu-ukraina-zbilshila-eksport-organichnoi-produkcii-do-yes> (дата звернення: 14.04.2023).

1. Органічному виробництву належить незначна частина аграрного сектору України. У 2021 р. частка господарств, які ним займалися, становила 1,1 % від загальної кількості аграрних підприємств і фермерських господарств, що мали у власності й користуванні сільськогосподарські угіддя, а частка земель з органічним статусом не перевищувала 1,8 % площі цих угідь. При середньому розмірі землекористування всіх сільськогосподарських підприємств і фермерських господарств 530 га площа земель з органічним статусом у розрахунку на одне «органічне» господарство досягала 885 га. Отже, виробники органічної продукції в Україні — це в основному великі сільськогосподарські підприємства.

2. Понад 96 % товарної органічної продукції було реалізовано на зовнішніх і менше 4% — на внутрішньому ринках, тобто органічне виробництво вітчизняних сільськогосподарських підприємств таке саме експортоорієнтоване, як і неорганічне.

3. У 2022 р., коли на внутрішньому ринку ціни на продукти харчування стрімко зростали, експорт органічної продукції до європейських країн збільшувався, що свідчить про відсутність позитивного впливу експортоорієнтованого органічного виробництва на сталість вітчизняної агропродовольчої системи.

Дані Мінагрополітики не повністю відображають обсяги виробництва на засадах агроєкології. Моніторинг здійснюється шляхом опитування органів іноземної сертифікації, які сертифікують виробництво і обіг органічної продукції в Україні. Проте не всі виробники, зокрема малі й середні фермерські господарства, які практикують агроєкологічні методи господарювання і постачають продукцію на локальні ринки, проходять процедуру сертифікації. Агроєкологічні підходи застосовує також значна частина домогосподарств (особисті селянські господарства, члени садових і городніх кооперативів тощо), які виробляють сільськогосподарську продукцію для себе, а надлишки продають. Таким чином, насправді сфера застосування агроєкології в Україні є більшою, ніж сертифіковане органічне виробництво.

Активізація соціоекономічних функцій агроєкології у формуванні стійких агропродовольчих систем потребує істотного організаційного імпульсу та інституційного забезпечення. Для цього варто скористатися рекомендаціями Групи експертів високого рівня (ГЕВР) Комітету ООН із всесвітньої продовольчої безпеки, які наголошують на важливості політичного контексту, що визначає поведінку учасників сільськогосподарських і продовольчих систем, а також зазначають, що заходи політики мають базуватися на цілісному підході, у центрі якого повинні перебувати права людини, зокрема право на достатнє харчування, питання стійкості та справедливості, безпеки харчових продуктів. Особливу увагу слід приділяти підтримці сімейних фермерських господарств, інших малих виробників продовольства, оскільки вони роблять дуже суттєвий внесок у реалізацію згаданих прав, скорочення

масштабів бідності, підвищення рівня зайнятості й стале використання природних ресурсів.

У рекомендаціях ГЕВР національним, регіональним і місцевим органам влади, крім консультацій з міжурядовими організаціями, організаціями виробників, представниками приватного сектору і громадянського суспільства, також пропонується:

- закладати або зміцнювати (залежно від обставин) політичні основи використання агроекологічних та інших інноваційних підходів для розвитку стійких сільськогосподарських і продовольчих систем;
- створювати, удосконалювати і застосовувати комплексні механізми вимірювання ефективності й моніторингу впровадження згаданих підходів;
- сприяти переходу до мало залежних або не залежних від зовнішніх факторів і диверсифікованих стійких сільськогосподарських і продовольчих систем за допомогою агроекологічних та інших інноваційних заходів;
- розширювати наукові дослідження, інновації, професійну підготовку і просвітницьку роботу, сприяти спільному формуванню знань, обміну знаннями і взаємному навчанню в галузі агроекологічних та інших інноваційних підходів;
- зміцнювати інституційні механізми залучення зацікавлених сторін у будівництво стійких сільськогосподарських і продовольчих систем, створювати сприятливі умови для розширення можливостей участі в них груп населення з обмеженим доступом до повноцінного харчування і вирішувати питання нерівності в розподілі повноважень у цих системах.

Для України актуальними є всі окреслені напрями використання агроекології у процесі формування стійких агропродовольчих систем. Першочергового ж вирішення потребують такі завдання:

- інституційне середовище, а також діяльність органів влади і самоврядування мають трансформуватися з урахуванням сучасного змісту агроекології як інноваційного підходу до формування стійких сільськогосподарських і продовольчих систем. Серед іншого, це передбачає формалізацію всіх видів агроекологічної діяльності, створення національних систем ідентифікації виробників агроекологічних продуктів і послуг, підтримки їх громадських формувань, розвитку і поширення агроекологічних знань;
- на місцевому, локальному, регіональному і національному рівнях необхідно об'єктивно оцінити стабільність, опір зовнішнім чинникам та інклюзивність існуючих систем виробництва сільськогосподарської продукції та продовольства; у випадках, коли зазначені характеристики потребують поліпшення, розробити необхідні для цього заходи; інтегрувати агроекологічні підходи в стратегії, програми і плани розвитку згаданих систем і добиватися їх реалізації;
- у межах модернізації аграрної, екологічної, регіональної політик слід передбачити створення механізмів сприяння розвитку агроекологічних практик, зокрема в середовищі сімейних селянських і фермерських господарств, інших дрібних виробників, що дасть можливість

збільшити постачання на місцеві ринки чи безпосередньо споживачам вироблених на основі принципів стійкості здорових, безпечних і поживних харчових продуктів, а їх виробникам — отримувати гідні доходи.

ВИСНОВКИ

Зміст поняття «агроекологія» зазвичай трактується в контексті системи відносин «природне середовище — сільськогосподарське виробництво», а людській, соціоекономічній складовій приділяється недостатня увага, хоча саме вона відіграє визначальну роль у забезпеченні функціонування цієї системи. На останньому наголошує ФАО, зазначаючи, що метою агроекології є досягнення оптимальної взаємодії між рослинним і тваринним світом, людьми і довкіллям з урахуванням соціальних аспектів, необхідних для створення стійких і справедливих (інклюзивних) продовольчих систем. У соціоекономічній складовій агроекології поєднуються соціально-економічні (соціальні, пов'язані з виконанням виробничого циклу), соціокультурні та інституційні аспекти.

Соціоекономічність агроекології проявляється в поєднанні науки, інноваційності й традицій з тим, щоб приносити користь довкіллю, забезпечувати людям та їхнім спільнотам високу якість життя. Агроекологія спрямована на реалізацію Цілей сталого розвитку шляхом забезпечення стійкості виробництва продовольства і ведення сільського господарств на основі комплексного підходу, який передбачає спільне застосування екологічних і соціальних концепцій і принципів при плануванні та управлінні агропродовольчими системами. Соціоекономічні функції агроекології найповніше реалізуються на місцевому і локальному рівнях, де відповідні підходи використовують якомога більше дрібних виробників, встановлюються міцні зв'язки між виробниками та між ними і споживачами органічних продуктів, міськими і сільськими жителями в цілому, формуються локальні агропродовольчі ринки.

Активізація соціоекономічної складової агроекології для становлення в Україні стійких агропродовольчих систем потребує виконання таких першочергових завдань: трансформації інституційного середовища розвитку сільського господарства і села відповідно до сучасного (інноваційного) трактування агроекології; визначення рівня стабільності функціонування, незалежності від зовнішніх факторів та інклюзивності існуючих місцевих, локальних і національної систем виробництва сільськогосподарської продукції і продовольства, розробки і реалізації заходів щодо поліпшення цих їх характеристик; створення механізмів сприяння розвитку агроекологічних практик, зокрема в середовищі сімейних селянських і фермерських господарств, інших дрібних виробників, з метою збільшення виробництва і споживання органічної продукції. Опрацювання шляхів і механізмів виконання цих завдань має стати предметом подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Шкуратов О.І., Чудовська В.А., Вдовиченко А.В. Органічне сільське господарство: еколого-економічні імперативи розвитку. Моногр. Київ, ТОВ «ДІА». 2015. 248 с.
2. Артиш В.І. Виробництво та реалізація органічної продукції в світі. *Економіка АПК*. 2017. № 3. С. 82—86.
3. Шубравська О.В. Органічне сільське господарство в Україні. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 2. С. 116—128. <https://doi.org/10.15407/eip2017.02.116>
4. Попова О.Л. Актуалізація сталих агропродовольчих продуктів у Євросоюзі: концепт і виклики. *Економіка і прогнозування*. 2021. № 3. С. 77—92. <https://doi.org/10.15407/eip2021.03.077>
5. Карпюк З.К., Шевчук Т.В. Органічне сільське господарство в Україні: історичний та екологічний аспекти розвитку. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Сер. Географічні науки*. 2020. № 1 (405). С. 56—65. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/17652>
6. Прокопенко К.О., Удова Л.О. Сучасний стан та перспективи розвитку органічного виробництва в Україні: із думкою про майбутнє. *Економіка і прогнозування*. 2022. № 1. С. 160—176. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2022.01.160>
7. Молдаван Л.В. Конфліктність у взаємодії економіки і природи та роль агро-екології як важливого способу її упередження. *Економіка України*. 2022. № 2. С. 75—90. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.02.075>
8. Соціокультурні чинники розвитку українського ринку праці. Кол. моногр. За ред. О.М. Балакіревої. НАНУ; ДУ «Ін-т екон. та прогноз. НАНУ». Київ, 2017. 264 с. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/285.pdf>
9. Zieliński M. Rolnictwo ekologiczne w Polsce jako źródło dóbr publicznych na obszarach szczególnie predestynowanych do jego rozwoju. *Wiś i Rolnictwo*. 2021. Nr. 4 (193). P. 77—106. URL: <https://kwartalnik.irwirpan.waw.pl/wir/issue/view/61/10>

Надійшла 05.04.2023

Прорецензована 12.04.2023

Доопрацьована 26.04.2023

Підписана до друку 05.05.2023

REFERENCES

1. Shkuratov O.I., Chudovska V.A., Vdovychenko A.V. Organic agriculture: ecological and economic imperatives of development. Kyiv, 2015 [in Ukrainian].
2. Artysh V.I. Production and sale of organic products in the world. *The Economy of Agro-Industrial Complex*, 2017, No. 3, pp. 82-86 [in Ukrainian].
3. Shubravska O. Organic agriculture in Ukraine. *Economy and Forecasting*, 2017, No. 2, pp. 116-128. <https://doi.org/10.15407/eip2017.02.116> [in Ukrainian].
4. Popova O.L. Upgrading the notion of “sustainable foods” in the European Union: concept and challenges. *Economy and Forecasting*, 2021, No. 3, pp. 77-92. <https://doi.org/10.15407/eip2021.03.077> [in Ukrainian].
5. Karpiuk Z., Shevchuk T. Organic Agriculture in Ukraine: Historical and Ecological Aspects of Development. *Scientific Journal of Lesya Ukrainka Eastern European National University. Geography Series*, 2020, No. 1 (405), pp. 56-65. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/17652> [in Ukrainian].

6. Prokopenko K.O., Udova L.O. Current state and prospects of organic production development in Ukraine: with the thought of the future. *Economy and Forecasting*, 2022, No. 1, pp. 160-176. URL: <https://doi.org/10.15407/eip2022.01.160> [in Ukrainian].
7. Moldavan L. Conflict in the interaction of economy and nature and the role of agroecology as an important way to prevent it. *Economy of Ukraine*, 2022, No. 2, pp. 75-90. URL: <https://doi.org/10.15407/economyukr.2022.02.075> [in Ukrainian].
8. Socio-cultural factors of the Ukrainian labor market development. O.M. Balakirryeva (Ed.). Kyiv, 2017. URL: <http://ief.org.ua/docs/mg/285.pdf> [in Ukrainian].
9. Zieliński M. Rolnictwo ekologiczne w Polsce jako źródło dóbr publicznych na obszarach szczególnie predestynowanych do jego rozwoju. *Wies i Rolnictwo*, 2021, Nr. 4 (193), pp. 77-106. URL: <https://kwartalnik.irwirpan.waw.pl/wir/issue/view/61/10>

Received on April 5, 2023

Reviewed on April 12, 2023

Revised on April 26, 2023

Signed for printing on May 5, 2023

Olena Borodina, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Corresponding Member of the NAS of Ukraine,
Head of the Department of Economics and Policy of Agrarian Transformation
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine
Ihor Prokopa, Dr. Sci. (Econ.), Prof.,
Corresponding Member of the NAAS of Ukraine,
Chief Research Fellow of the Department
of Economics and Policy of Agrarian Transformation
Institute for Economics and Forecasting of the NAS of Ukraine
26, Panasas Myrnoho St., Kyiv, 01011, Ukraine

SOCIO-ECONOMIC COMPONENT OF AGRICULTURE
AND RURAL DEVELOPMENT ON THE BASIS
OF AGROECOLOGY: SCIENTIFIC AND APPLIED ASPECTS

The study emphasizes the lack of adequate focus on the socio-economic component of agroecology, the content of which as a scientific direction, public movement, and management method is usually represented in the context of the interaction between the natural environment and agriculture. The socio-economic, socio-cultural, and institutional factors influencing the agroecological transition of agriculture and rural areas to sustainable development are revealed, and directions of their activation for the formation of sustainable agro-food systems are shown. Socio-economic aspects of agroecology are reflected in the relations regarding the creation of its outputs — organic products and environmental public goods. Socio-cultural aspects, in turn, represent needs, values, motives, etc., and thus the behavior of people towards agroecological products. The institutional environment is shaped by regulations and unwritten rules that define the rules of production and consumption of these products. The Food and Agriculture Organisation of the United Nations (FAO) interprets the term “agroecology” as essentially a socio-economic term.

The socio-economic nature of agroecology is manifested in its alignment with the achievement of the Sustainable Development Goals: economic (strengthening food security, poverty alleviation), ecological (mitigating climate change impacts, preserving ecosystems), and social goals (eliminating hunger, reducing social inequality, providing employment for youth, promoting gender equality). Agroecology is capable and should ensure optimal interaction between the flora and fauna, humans, and the environment, taking into account the necessary social aspects for the creation of sustainable and equitable (inclusive) food systems. Small-scale agricultural producers play a crucial role in shaping such systems.

To enhance the socio-economic component of agroecology and promote the development of sustainable agri-food systems in Ukraine, it is necessary to: improve the institutional environment for agricultural and rural development, taking into account the modern content of agroecology; strengthen the stability, resilience, and inclusiveness of local, regional, and national agricultural production and food systems; create mechanisms to support the development of agroecological practices, particularly in the context of family peasant farms and farming households.

Keywords: *agroecology; agri-food systems; socio-economic component; sustainable development.*

РЕДАКЦІЙНА ПОЛІТИКА ТА ЕТИКА

Доступ до змісту журналу. Журнал «Економіка України» розповсюджується за передплатою друкованого або електронного варіанта. У вільному доступі на сайті журналу є розширені резюме до кожної статті. Відкритий доступ до повних версій статей журналу можливий на сайті журналу і на сайті Національної бібліотеки імені Вернадського відразу після їх розміщення.

Принципи. Редакційна політика журналу заснована на принципах об'єктивності та неупередженості при відборі статей з метою їх публікації; високих вимог до якості наукових досліджень; обов'язковості та конфіденційності рецензування статей; додержання колегіальності при ухваленні рішень щодо публікації статей; доступності та оперативності у спілкуванні з авторами; суворого дотримання авторських і суміжних прав (з укладанням з кожним автором (співавтором) Ліцензійного договору на використання твору).

Запобігання протизаконним публікаціям є відповідальністю кожного автора, редактора, рецензента, видавця, організації.

Етика публікацій. Редакційна колегія журналу вимагає від авторів наслідувати формальним та етичним правилам підготовки і публікації наукових робіт, що вони подають до редакції. Ці норми зумовлено стандартами якості наукових статей, прийнятими у світовому науковому співтоваристві, зокрема публікаційними принципами Publishing Ethics Resource Kit (PERK), рекомендаціями Elsevier, Комітету з етики публікацій (Committee on Publication Ethics, COPE), етичним кодексом вченого України, а також досвідом роботи іноземних та українських професіональних спільнот, наукових організацій, редколегій та редакцій видань.

Етичні зобов'язання редакційної колегії журналу

1. Всі члени редакційної колегії є рецензентами.
2. Редакційна колегія залишає за собою право направити рукопис на розгляд сторонньому рецензенту.
3. Редакційна колегія несе відповідальність за рівень наукового наповнення журналу.
4. Всі наукові матеріали проходять ретельний відбір через подвійне «сліпе» рецензування. Редакційна колегія залишає за собою право відхилити статтю або повернути її на доопрацювання. Автор зобов'язаний доопрацювати статтю відповідно до зауважень рецензентів.
5. Редакційна колегія без упередженості розглядає всі надані їй рукописи, оцінюючи кожний належним чином. Вона виносить об'єктивні рішення, які не залежать від комерційних або інших інтересів, і забезпечує чесний процес рецензування.
6. Редакційна колегія може відхилити рукопис без рецензування, якщо вважає, що він не відповідає профілю журналу.
7. Редакційна колегія виступає проти фальсифікації, плагіату, направлення автором одного рукопису до кількох журналів, багаторазового копіювання тексту статті в різних місцях, введення громадськості в оману щодо реального внеску автора в опубліковану наукову роботу.
8. Редакційна колегія має право вилучити вже опубліковану статтю в разі виявлення порушення будь-яких прав або загальноприйнятих норм наукової етики. Про даний факт вилучення статті редакція повідомляє як автору статті, так і організації, де було виконано дослідження.
9. Співробітники редакції не надають іншим особам інформації, пов'язаної із змістом рукописів, що перебувають на розгляді, крім осіб, які беруть участь у її фаховій оцінці.
10. Згідно з міжнародним законодавством щодо додержання авторського права на електронні інформаційні ресурси, матеріали сайту не можуть бути відтворені повністю або частково в будь-якій формі (електронній чи друкованій) без попередньої письмової згоди редакції журналу. При використанні опублікованих матеріалів у контексті інших документів обов'язково необхідними є посилання на першоджерело.
11. Редактори, автори і рецензенти повинні повідомляти про свої інтереси, які можуть вплинути на їх об'єктивність при редагуванні та рецензуванні матеріалів статей (випадок конфлікту інтересів). Такими можуть бути інтереси інтелектуального плану, фінансові, персональні, політичні, релігійні.

Етичні зобов'язання автора

1. Автор несе повну відповідальність за зміст статті і сам факт її публікації.
2. Автор повинен цитувати ті публікації, які мали визначальний вплив на суть викладеного у статті. Необхідно також належним чином вказувати джерела принципово важливих матеріалів, використаних у даній роботі, якщо вони не були отримані самим автором.
3. Є недопустимими плагіат як оригінальна робота і подання до публікації раніше надрукованої статті. У випадку виявлення зазначених фактів відповідальність несе автор.
4. Співавторами статті мають бути всі ті особи, які зробили вагомий науковий внесок у подану роботу і поділяють відповідальність за отримані результати. Автор, який подає рукопис до публікації, відповідає за те, щоб до списку співавторів були включені тільки ті особи, які відповідають критерію авторства, і бере на себе відповідальність за згоду інших авторів статті на її публікацію в журналі.

EDITORIAL POLICY AND ETHICS

Access to the contents of the journal. The journal «Economy of Ukraine» is circulated by the subscription of a printed or electronic version. The extended summary of each article is freely available on the site of the journal. The open access to the full versions of articles of the journal is allowed on the site of the Vernadsky National Library of Ukraine immediately after their posting.

Principles. The editorial policy of the journal is based on the principles of objectivity and impartiality at the selection of manuscripts with the purpose of their publication; high exactions to the quality of scientific studies; obligation and confidentiality of the reviewing of manuscripts; compliance of the collectivity in the decision making concerning the publication of manuscripts; accessibility and immediacy of the communication with the authors; strict compliance of author's and related rights (with the conclusion of the License agreement for the use of the work with each author (coauthor)).

The prevention of illegal publications is the responsibility of each author, editor, reviewer, publisher, and organization.

Ethics of publications. The Editorial Board of the journal demands that the authors keep the appropriate level of formal and ethical rules in the preparation and the publication of scientific works submitted to the Editorial Board of the journal. These norms are determined by the quality standards for scientific articles accepted in the world scientific community, in particular, by the publication principles of the Publishing Ethics Resource Kit (PERK), recommendations of the academic publishing house Elsevier, Committee on Publication Ethics (COPE), the ethic code of Ukraine's scientists, and the work experience of foreign and Ukrainian professional communities, scientific institutions, editorial boards, and editorial staffs.

Ethic obligations of the Editorial Board of the journal

1. All members of the Editorial Board are reviewers.
2. The Editorial Board reserves the right to send a manuscript to an outer reviewer.
3. The Editorial Board is responsible for the level of the scientific content of the journal.
4. All scientific materials pass the careful selection and the «blind» reviewing. The Editorial Board reserves the right to reject a manuscript or to return it for a modification. The author must rework the manuscript in correspondence with the remarks of reviewers.
5. The Editorial Board considers all submitted manuscripts without bias, assesses properly each of them, and makes the objective decisions independent of commercial or other interests, and ensures the fair process of reviewing.
6. The Editorial Board can reject a manuscript without reviewing, by considering that it does not correspond to the profile of the journal.
7. The Editorial Board opposes the falsification, plagiarism, submission of a single work into several journals, multiple copying of article's text in different places, and misleading the community as for author's real contribution to a specific scientific work.
8. The Editorial Board has right to withdraw the published article in the case of the violation of any rights or commonly accepted norms of the scientific ethics. About such fact of the withdrawal of the article, the Editorial Board will inform the author and the organization, where such work was executed.
9. The editorial staff provides no information concerning the content of a manuscript under consideration to any persons, except for those participating in its professional assessment.
10. According to the international legislation as for the compliance of author's rights, the materials of a site cannot be reproduced completely or partially in any form (electronic or printed) without the preliminary written agreement of the Editorial Board of the journal. If the published materials are used in the context of other acts, the citation of the original source should be obligatorily made.
11. Editors, authors, and reviewers must inform about their interests, which would affect their objectivity at the editing and reviewing of the manuscripts (the case of a conflict of interests). Such can be the intellectual, financial, personal, political, or religious interests.

Ethic obligations of authors

1. The author bears the complete responsibility for the content of the article and for the very fact of its publication.
2. The author should cite those publications that had the defining influence on the essence of studies presented in the article and those that can rapidly inform the reader about the earlier works important for the comprehension of the given trend. It is necessary also to properly indicate the sources of basically significant results used in the, if those results were not got by the author his/herself.
3. The plagiarism as an original work and the submission of the earlier published article are impermissible. If such facts will occur, the author will bear the complete responsibility.
4. Coauthors of the article should be those persons who gave a weighty scientific contribution to the submitted work and share liability for the obtained results. The author submitting the manuscript for the publication is responsible for that the list of coauthors includes only those persons who correspond to the authorship criterion and takes the responsibility for the consent of other authors of the manuscript for its publication in the journal.

Рекомендовано до друку Редакційною колегією журналу
(протокол № 5 від 17.05.2023 р.)

Recommended for publication by the Editorial board
(Minutes No. 5 of May 17, 2023)

При передруку посилання на журнал «Економіка України» обов'язкове
While using refer to «Economy of Ukraine» is obligatory

Адреса редакції:

01011, Київ, вул. Панаса Мирного, 26, кім. 602
тел. +38 (044) 280-12-34
E-mail: econom-ukraine@ukr.net
<http://www.economyukr.org.ua>

Редактор *І.В. Корнієнко*

Перекладач *А.О. Чепиленко*

Комп'ютерна верстка *К.М. Васильковська*

Підп. до друку 30.05.2023. Формат 70 × 108/16.
Гарн. Minion Pro. Тираж 118 прим.

Видавець і виготовлювач: ВД «Академперіодика» НАН України, 01004, Київ-4, вул. Терещенківська, 4.
Свідцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 544 від 27.07.2001.

