

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Полтавський державний аграрний університет

Кафедра бухгалтерського обліку та економічного контролю

Відділ із забезпечення освіти дорослих та інноваційного розвитку

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ,
АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»**

*Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції,
присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи
Дмитра Мусійовича Фесенка*



ПОЛТАВА 2022



УДК 657: 332.025.12 : 65.014.1
А 43

Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством : Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Полтава, 14 – 15 квітня 2022 р. Полтава, 2022. 847 с.
(Посвідчення Українського інституту науково-технічної експертизи та інформації № 08 від 12 січня 2022 р.)

Організаційний комітет:

Дорогань-Писаренко Людмила – к.е.н., професор, декан факультету обліку та фінансів, професор кафедри економічної теорії та економічних досліджень Полтавського державного аграрного університету

Давидюк Тетяна - д.е.н., професор, професор кафедри обліку і фінансів Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Довбня Світлана – д.е.н., професор, завідувачка кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня Українського державного університету науки та технологій.

Зоря Олексій – д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування Полтавського державного аграрного університету.

Малишкін Олександр - д.е.н., професор, САРА, експерт з обліку та оподаткування

Муравський Володимир - д.е.н., професор кафедри обліку і оподаткування Західноукраїнського національного університету

Нікішина Оксана - д.е.н., с.н.с., завідувачка відділом ринкових механізмів та структур ДУ «Інститут ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України»

Перерва Петро - д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»

Руцишин Надія - д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу Львівського торговельно-економічного університету

Славкова Олена - д.е.н, професор кафедри бухгалтерського обліку, завідувач кафедри публічного управління та адміністрування Сумського національного аграрного університету

Сук Петро - д.е.н., професор, професор кафедри обліку і оподаткування Відокремленого підрозділу Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»

Тоцька Олеся - д.е.н., доцент, професор кафедри фінансів Волинського національного університету імені Лесі Українки

Вараксіна Олена - к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту ім. І. А. Маркіної, керівник відділу із забезпечення освіти дорослих та інноваційного розвитку Полтавського державного аграрного університету

Воронько-Невіднича Тетяна - к.е.н., доцент, завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної Полтавського державного аграрного університету

Дранус Валентин – к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту Чорноморського національного університету імені Петра Могили

Канцедал Наталія – к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавського державного аграрного університету

Лега Ольга – к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавського державного аграрного університету

Лпський Роман – к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю Полтавського державного аграрного університету

Мельничук Ірина - к.е.н., доцент кафедри обліку, аудиту та фінансів Університету економіки і підприємництва

Прийдак Тетяна– к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю, завідувач відділу з питань інтелектуальної власності Полтавського державного аграрного університету

Прокопишин Оксана – к.е.н., доцент кафедри обліку та оподаткування Львівського національного університету природокористування

Яловега Людмила – к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю, фахівець внутрішнього аудиту процесів діяльності та моніторингу якості освіти Полтавського державного аграрного університету

Конференція присвячена пам'яті видатного науковця, Заслуженого працівника вищої школи Української РСР, професора Дмитра Мусійовича Фесенка. У збірнику матеріалів науково-практичної конференції розміщено результати досліджень вітчизняних науковців, присвячених актуальним проблемам та перспективам розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством.

© Кафедра бухгалтерського обліку та економічного контролю, 2022

© Полтавський державний аграрний університет, 2022





Дмитро Мусійович Фесенко
(1926-2012 рр.)

Науковий шлях Дмитра Мусійовича почався з навчання в аспірантурі Українського інституту економіки і організації сільськогосподарського виробництва та захисту кандидатської дисертації у 1967 році на тему «Планування, облік витрат і калькуляція собівартості продукції в колгоспах». У тому ж році науковець був прийнятий на посаду доцента кафедри бухгалтерського обліку Полтавського сільськогосподарського інституту. З 1974 р. по 1988 р. працював проректором інституту з навчальної роботи, а з 1994 р. - завідувачем кафедри бухгалтерського обліку.

У 2001 р. професор Фесенко був обраний головою Полтавського регіонального відділення Федерації бухгалтерів, аудиторів і фінансистів АПК України. Успіхи у науковій та навчально-методичній роботі Дмитра Мусійовича відмічені багатьма відзнаками, зокрема: Заслужений працівник вищої школи Української РСР (з 1986 р.); член Методичної Ради з бухгалтерського обліку та звітності Міністерства аграрної політики України.

Як учасник та ветеран Другої світової війни, Фесенко Д. М. неодноразово був нагороджений медалями та відзнаками, а за період трудової діяльності - відзначений нагородою «За доблесну працю». З під його пера вийшло більше 180 науково-методичних праць і розробок (зокрема 28 підручників і посібників).



Доброго ранку ми з України!



Шановні учасники V Всеукраїнської науково-практичної конференції!

Мирного неба, воно сьогодні таке особливо синє



Зараз дійсно дуже важкі часи, але, будь ласка, спробуйте радіти бодай з маленьких та не значних речей, підтримуйте один одного, та мрійте. Допомагайте в цей непростий час один одному, словом, ділом, смс, дзвінком, турботою, їжею, чим можете ... Діліться чимось хорошим, своєю внутрішньою красою і добротою!

Мати Віру - це майже теж саме , що мати Крила!

Не втрачайте її Ніколи!



Хай буде перемога, мир, весна та краса швидше!



Все буде Україна!



Щиро дякуємо всім Вам за участь у нашій конференції!

Наша боротьба триває, наша віра в краще непохитна!



З повагою Організаційний комітет!!



**ЗМІСТ****РОЗДІЛ 1. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ, АУДИТ**

	Алієв А. Р. Науковий керівник – Давидюк Т. В. <i>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</i>	
Огляд літературних джерел щодо обліку та аналізу фінансових результатів підприємства.....		38
	Багрій К. Л., <i>Чернівецький торговельно-економічний інститут Державного торговельно-економічного університету</i>	
Features of creative accounting as an element of accounting science.....		41
	Базелюк О.В. Науковий керівник – Гайдаєнко О.М. <i>Одеський національний економічний університет</i>	
Аналіз структури витрат промислового підприємства на прикладі ПАТ «Одескабель».....		43
	Беленкова М.І., Рагуліна І.І. <i>Державний біотехнологічний університет</i>	
Організація внутрішньогосподарського контролю у системі управлінського обліку витрат.....		46
	Бержанір І. А. <i>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</i>	
Напрями вдосконалення організації обліку витрат на підприємстві.....		50
	Бойко О. О. Науковий керівник – Петришин Л.П. <i>Львівський національний університет ім. Івана Франка</i>	
	Норець Д. О. Науковий керівник – Гоголь Т. А. <i>Національний університет «Чернігівська політехніка»</i>	
Інвестиції в людський капітал як невід’ємний фактор економічного розвитку.....		53
	Брік С. В. <i>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</i>	
Особливості фінансового обліку торгівлі алкоголем в закладах громадського харчування та навинос.....		56
	Велика Д., Шостак Я. Науковий керівник – Лега О. В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Обліково-Інформаційний Інструментарій виробництва продукції рослинництва.....		59





Декомпозиція технології переробки молока у системі інструментарію бухгалтерського обліку..... 62

Грабовська Н.В.Науковий керівник – **Задніпровський О.Г.***Державний торговельно-економічний університет*

Удосконалення обліку праці та її оплати..... 66

Гулак Б.Ю., Стадніченко Л.Р.Науковий керівник – **Кухта К.О.***ВСП «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж ПДАУ»*

Фінансові інвестиції: особливості обліку..... 70

Гурова К. В.Науковий керівник – **Муковіз В. С.***Державний торговельно-економічний університет*

Особливості розвитку принципу превалювання сутності над формою в бухгалтерському обліку в сучасних умовах..... 74

Гусаренко Н.Ю.Науковий керівник – **Левченко З.М.***Полтавський державний аграрний університет*

Сутність та класифікація ремонтів основних засобів..... 77

Дамчук Д. Ю.Науковий керівник – **Задніпровський О. Г.***Державний торговельно-економічний університет*

Електронна звітність: переваги та недоліки..... 80

Добровольська Н.Науковий керівник – **Прийдак Т. Б.***Полтавський державний аграрний університет***Сомар А. І.**Науковий керівник - **Дранус Л. С.***Чорноморський національний університет імені Петра Могили*

Обліково-аналітичне забезпечення доходів та витрат суб'єкта малого підприємництва..... 83

Дорошенко О.Науковий керівник – **Яловега Л.В.***Полтавський державний аграрний університет*

Місце запасів в обліковій політиці підприємства..... 85

Драгомир Д.В., Ворошевська О.Р.Науковий керівник - **Сирцева С.В.***Миколаївський національний аграрний університет*

Перспективи розвитку в Україні due diligence як аудиторсько-консалтингової послуги..... 87





	Єременко Л. Науковий керівник - Прийдак Т. Б. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Грошові внески до статутного капіталу товариств як об'єкт обліку.....		90
	Єрмолаєва М. В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Надзвичайні події в обліку і звітності.....		93
	Жовта Н.А. Науковий керівник – Чебан Ю.Ю. <i>Миколаївський національний аграрний університет</i>	
	Милова К.А. Науковий керівник – Єршова Н.Ю. <i>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</i>	
Трансакційні витрати в системі економічних відносин підприємства.....		96
	Заїць Д. В. Науковий керівник – Нежива М. О. <i>Державний торговельно-економічний університет</i>	
Аудит запасів як засіб підвищення ефективності діяльності підприємства.....		99
	Кадигроб С. Науковий керівник – Рудич А. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Звіт про фінансові результати (Звіту про сукупний дохід): зміст та структура.....		101
	Козаченко Д.М. Науковий керівник – Мардус Н.Ю. <i>Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»</i>	
Теоретичні аспекти обліку, аудиту та аналізу власного капіталу підприємства.....		104
	Кононенко Я. В. <i>Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна</i>	
Система стратегічного контролінгу на підприємстві.....		107
	Конюхов Д. М., Шершова В. О. Науковий керівник – Кононенко Ж. А. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Оформлення договорів в електронному середовищі.....		110
	Королюк Т.М. <i>Тернопільський національний технічний університет</i>	
Дослідження сутності поняття «контролінг».....		113
	Костенко Т. М. <i>Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України</i>	
Особливості дослідження нестач зворотної тари багаторазового використання при проведенні економічної експертизи.....		115





Основні аспекти організації бухгалтерського обліку нематеріальних активів на підприємстві.....	118
---	------------

Кулик В.А.¹, Дагмар Шкодова-Пармова²

¹Полтавський державний аграрний університет

²Південночеський університет (м. Чеське Будейовіце, Чеська Республіка)

Електронний бізнес: потенційні загрози у XXI столітті.....	121
---	------------

Кучеркова С.О.

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Напрями покращення інформаційної змістовності звітності.....	123
---	------------

Левченко З. М., Дугар В.

Полтавський державний аграрний університет

Оцінки маркетингового аудиту системи збуту підприємств.....	126
--	------------

Лисенко А.М., Акімов С.С.

Центральноукраїнський національний технічний університет

Особливості аграрного виробництва як засіб впливу на організацію аудиту сільськогосподарських підприємств.....	129
---	------------

Лисенко А.М., Козуб Т.А.

Центральноукраїнський національний технічний університет

Удосконалення обліку оплати праці на підприємстві з виробництва технологічного обладнання.....	131
---	------------

Лисенко А.М., Самородова Л.Г.

Центральноукраїнський національний технічний університет

Компоненти системи внутрішнього контролю в закладах професійної (професійно-технічної) освіти.....	133
---	------------

Ліпський Р. В.

Полтавський державний аграрний університет

Трудові відносини та кадрове діловодство в умовах воєнного стану.....	136
--	------------

Малишкін О.

Державний університет інфраструктури і технологій

Обліково-юридичне наповнення контролю втрат продукції під час транспортування.....	139
---	------------

Мартосенко С. Г., Бондаренко А. В.

Науковий керівник – Канцедал Н. А.

Полтавський державний аграрний університет

Особливості оцінки та обліку витрат на консервацію незавершених капітальних інвестицій.....	143
--	------------

Минич Ю.В.

Лозівська філія Харківського державного автомобільно-дорожнього коледжу

Удосконалення функцій управління підприємством із залученням зовнішнього аудиту.....	146
---	------------





	Муравський В.В., Муравський В.В. <i>Західноукраїнський національний університет</i>	
Mosaic accounting outsourcing.....		149
	Олексієнко Т. В. <i>Полтавський науково-дослідний експертно-криміналістичний центр МВС України</i>	
Судова економічна експертиза: характерні відмінності від аудиту та ревізії.....		151
	Пашинний А.В. Науковий керівник – Пристемський О.С. <i>Херсонський державний аграрно-економічний університет</i>	
Аудиторські перевірки як різновид контролю та засіб удосконалення облікового процесу на підприємствах.....		154
	Прийдак Т. Б. , Єременко Л. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Організаційна модель аудиту зареєстрованого капіталу.....		157
	Промська В.М. Науковий керівник – Міняйло В. П. <i>Державний торговельно-економічний університет</i>	
Гендерний аудит в системі трудових відносин.....		161
	Самохвалова А.Ю. Науковий керівник – Кучеркова С.О. <i>Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного</i>	
Напрями удосконалення узгодженості показників Звіту про фінансові результати..		163
	Сук П.Л. <i>Відокремлений підрозділ Національного університету біоресурсів і природокористування України «Ніжинський агротехнічний інститут»</i>	
Відображення витрат майбутніх періодів в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності.....		166
	Тарасова Ю. С., Кузуб М.В. <i>Київський національний торговельно-економічний університет</i>	
Організація бухобліку на туристичному підприємстві.....		169
	Федо Л. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Облікова політика підприємства в частині кредиторської заборгованості.....		172
	Ходаківська Л. О. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Програмне забезпечення «Соната»: основні модулі та особливості звітування.....	Грибовська Ю. М.	
	Khomyun P. <i>Kujawsko-Pomorskiej Szkoły Wyższej w Bydgoszczy, Polska</i>	
Surrogaci teorii rachunkowości.....		178



Черненко К.В.

Полтавський державний аграрний університет

BAS комплексне управління підприємством..... 181

Ціцька Н.Є., Мирончук З.П.

Львівський національний університет природокористування

Особливості організації обліку розрахунків з дебіторами за міжнародними стандартами обліку і фінансової звітності..... 183

Шаповал О.А.

Національна академія Національної гвардії України

Сучасні аспекти ризикоорієнтованого підходу проведення аудиторської перевірки. 187

Шершова В. О.

Науковий керівник – **Мокієнко Т. В.**

Полтавський державний аграрний університет

Бухгалтерські програми українського виробництва..... 189



**РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І БІЗНЕС-АНАЛІТИКА****Bezverkhy K. V., Zhukova V. A.***Kyiv National University of Trade and Economics***Meaning of indicators, characteristics of factors used in economic analysis..... 193****Боднар О.В.***ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»***Економічний аналіз в процесі виробництва продукції..... 197****Буц І.М.¹, Буц В.І.²**¹*ТОВ «Бердянський університет менеджменту і бізнесу»*²*Бердянський державний педагогічний університет***Аналіз і стан досліджень дистанційного моніторингу земель сільськогосподарського призначення..... 200****Гарбуз А.**Науковий керівник – **Кулик В. А.***Полтавський державний аграрний університет***Управління ризиками в проектній діяльності підприємства..... 203****Гусар Є.О.**Науковий керівник – **Яловега Л.В.***Полтавський державний аграрний університет***Обліку витрат виробництва та виходу продукції тваринництва: нормативно-інформаційне забезпечення..... 206****Дем'янова І. В.**Науковий керівник – **Задніпровський О.Г.***Державний торговельно-економічний університет***Система JUST IN TIME в стратегічному управлінському обліку..... 209****Довбня С.Б., Разгоняєва Т.М.***Український державний університет науки та технологій***Діагностика фінансового стану підприємства в системі управлінського обліку..... 212****Довгаль А. В.**Науковий керівник – **Яловега Л. В.***Полтавський державний аграрний університет***Управлінський облік як система контролю на підприємстві..... 215****Донцов І.В.**Науковий керівник – **Яловега Л.В.***Полтавський державний аграрний університет***Інноваційні методи управління витратами підприємства..... 217****Корняк І.В.***Західноукраїнський національний університет***Вибір оптимальної калькуляційної одиниці в обліку пасажирських перевезень..... 220**



	Куць К.О. Науковий керівник – Рудич А.І. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	221
Методичні напрямки факторного аналізу прибутку підприємства.....		
	Матушкіна М.В. Науковий керівник – Драчук Ю.З. <i>Луганський національний університет імені Тараса Шевченка</i>	
Мотиви соціальної звітності при реалізації корпоративної соціальної відповідальності.....		225
	Матюха М.М. <i>Київський національний університет технологій та дизайну</i>	
Інформаційне забезпечення податкового платежу в системі управлінського обліку		229
	Махно С.В. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Управлінський аспект обліку витрат операційної діяльності.....		232
	Мошковська О. А. <i>Київський національний торговельно-економічний університет</i>	
Використання Інструментарію управлінського обліку з метою моніторингу економічної безпеки підприємства.....		234
	Павловська Т.С. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Управлінський облік логістичних витрат бізнесу.....		239
	Перч А.А. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Економічна сутність та методика розрахунку точки беззбитковості.....		241
	Поліщук О.М. <i>Уманський національний університет садівництва</i>	
Інформаційні системи управління підприємством.....		243
	Приступа С.В. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Облікова політика сільськогосподарських підприємств у частині обліку витрат виробництва.....		245
	Проценко А.В. Науковий керівник – Яловега Л.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Метод «директ-костинг» в управлінському обліку.....		248





Рилєєв С.В.

*Чернівецький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного інституту*

250

Окремі статистичні методи діагностики банкрутства суб'єктів господарювання.....

Содома Р. І., Дубинецька П.П.

Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

252

Контролінг як концепція управління діяльністю підприємства.....

Тютюнник С.В., Левченко З.М., Дугар Т.Є.

Полтавський державний аграрний університет

255

Обліково-аналітичне забезпечення логістичних витрат.....

Ходзицька В.

Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана

258

Комунікація: глобальні принципи управлінського обліку.....

Хоренженко В.Д.

Науковий керівник – **Гайдаєнко О.М.**

Одеський національний економічний університет

260

Аналіз ділової активності ТОВ «Старобільський молокозавод».....

Цвілий С.М.

Національний університет «Запорізька політехніка»

263

Методи вимірювання показників економічної ефективності бізнесу туристичного підприємства.....

Шкапа В. Р.

Науковий керівник – **Руденко О. В.**

Державний університет економіки і технологій

266

Кредиторська заборгованість як джерело фінансових ресурсів підприємства.....

Яловега Л.В., Лега О.В., Прийдак Т.Б.

Полтавський державний аграрний університет

269

Підсобні (промислові) виробництва: особливості калькулювання.....





РОЗДІЛ 3. ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Головей Ю.В.

Науковий керівник – **Карпова В.В.**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Особливості застосування спрощеної системи оподаткування під час дії режиму військового стану..... 274

Дідович А.

Науковий керівник - **Лега О. В.**

Полтавський державний аграрний університет

Куліш Ю. В.

Науковий керівник - **Прокопишин О. С.**

Львівський національний університет природокористування

Бюджетоутворююча роль податку на доходи фізичних осіб під час військового стану..... 277

Довгаль А. В.

Науковий керівник – **Лега О. В.**

Полтавський державний аграрний університет

Трегубенко В. В.

Науковий керівник - **Дранус В. В.**

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ПДФО: контроль за нарахуванням та сплатою..... 281

Клюйко С. В.

Науковий керівник – **Карпова В.В.**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Порівняння застосування в умовах воєнного часу єдиного податку за ставкою 2 % та єдиного податку в 4 групі..... 285

Кордюкова В.В.

Науковий керівник – **Карпова В.В.**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Проблемні аспекти оподаткування зовнішньоекономічної діяльності підприємств.. 288

Лега О. В., Яловега Л. В., Прийдак Т.Б.

Полтавський державний аграрний університет

Переформатування економіки України у військовий час: податкові новації..... 291

Москаленко О.

Науковий керівник – **Лега О. В.**

Полтавський державний аграрний університет

Проблемні питання обліку розрахунків з податку на додану вартість..... 294

Нужна О.А.

Луцький національний технічний університет

Аналіз власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України..... 298





Остапчук В. Ю.

Науковий керівник – **Карпова В.В.**

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

Проблемні аспекти оподаткування ПДВ благодійної допомоги в умовах воєнного часу..... 300

Павловська Т. С.

Науковий керівник – **Лега О. В.**

Полтавський державний аграрний університет

Вплив військового стану на податкові трансформації спрощеної системи оподаткування..... 303

Стеценко В.В., Супрун М.С.

Науковий керівник – **Кухта К.О.**

Відокремлений структурний підрозділ «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж Полтавського державного аграрного університету

Нові правила оподаткування IT-бізнесу з 01 січня 2022 року..... 306

Червяк А.О.

Науковий керівник - **Байрачна А. С.**

ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

Бюджетна система України, адміністрування податків, податкове регулювання та контроль..... 311



**РОЗДІЛ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ****Андрос С.В., Білоченко А.М.***Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»***Інституціональна модель фінансової підтримки аграрного сектору: галузевий аспект..... 314****Барабаш Л.В.***Уманський національний університет садівництва***Зарубіжний досвід податкового реформування у воєнний і післявоєнний час..... 317****Безкровний О. В., Галушко В. В., Козюпа О. В.***Полтавський державний аграрний університет***Сучасні напрями оптимізація джерел формування оборотних активів аграрних підприємств..... 319****Безкровний О. В., Лопатка В. О., Павленко А. А.***Полтавський державний аграрний університет***Перспективи підвищення ефективності використання основних засобів підприємств..... 322****Бердиев А.**Науковий керівник – **Єршова Н.Ю.***Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»***Особливості фінансового забезпечення інноваційного розвитку малого та середнього бізнесу в Україні..... 326****Боднар О.А.***Миколаївський національний аграрний університет***Цифрова трансформація в банківській справі..... 328****Бражник Л. В., Чумак В. Д.***Полтавський державний аграрний університет***Роль комерційних банків як фінансових посередників..... 331****Булах І.І.***ВСП Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу УНУС***Ресурсний потенціал як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства..... 333****Ведмідь М. О.**Науковий керівник – **Дроботя Я. А.***Полтавський державний аграрний університет***Мобільний застосунок старкаса як диджиталізована іновація банківського бізнесу в Україні..... 336****Величко М.В., Іщук Л.І.***Луцький національний технічний університет***Теоретичні основи статистики оплати праці..... 338**

	Волошина Я. М., Телятник С. Ю. Науковий керівник – Дорошенко О. О. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Особливості управління запасами аграрних підприємств.....		341
	Вороніна М.В. Науковий керівник – Байрачна А.С. <i>ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка</i>	
Значення і теоретичні засади фінансового аналізу.....		344
	Воронкова А.А., Чуйко Н.В., Храпач К.Г. <i>Державний біотехнологічний університет</i>	
Стан та перспективи розвитку українських банків в умовах пандемії.....		346
	Голобородько В.В. Науковий керівник – Дроботя Я.А. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Сутність фінансового інжинірингу в комерційному банку.....		349
	Гуменюк М. М.¹, Неміш Д. В.² <i>¹Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича</i> <i>²Коломийський відділ ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН</i>	
Зарубіжний досвід державного регулювання розвитку малого аграрного підприємництва.....		351
	Дроботя Я. А., Дорошенко О. О. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Норма обов'язкового резервування як інструмент впливу НБУ на монетарну політику та діяльність комерційних банків.....		354
	Єрмоленко О.А., Лисьонкова Н.М. <i>Український державний університет залізничного транспорту</i>	
Вплив цифрової економіки на економічний розвиток країни.....		357
	Зайцев Г. В. Науковий керівник – Зайцева Л. О. <i>Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»</i>	
Особливості українського «зеленого» кредитування.....		360
	Зайцева Л. О. <i>Державний заклад «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»</i>	
Особливості кредитування електроенергетичного сектору України.....		363
	Іванов В. Д. Науковий керівник – Вареник В. М. <i>Університет імені Альфреда Нобеля</i>	
Напрями удосконалення організації фінансового менеджменту у АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК».....		367



**Казновська В. Ю.**Науковий керівник – **Вареник В. М.***Університет імені Альфреда Нобеля***Організація фінансового менеджменту на підприємстві: шляхи вдосконалення..... 370****Калюжна М.В.**Науковий керівник – **Остапенко В.М.***Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця***Сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності України..... 373****Кічурчак М.В.***Львівський національний університет імені Івана Франка***Оцінка асиметричності просторового розвитку ринку банківських депозитів домогосподарств в економіці України..... 376****Ковальов Д. С., Костенко А. Д.**Науковий керівник – **Дорошенко О. О.***Полтавський державний аграрний університет***Визначення залишку грошових коштів підприємства як складова управління рівнем його платоспроможності..... 378****Коковіхіна О.О.***Український державний університет залізничного транспорту***Загрози фінансовій безпеці домогосподарств в Україні..... 381****Матвійчук Н. М.***Волинський національний університет імені Лесі Українки***Ризики та перспективи розвитку банківських інновацій в Україні..... 383****Мединська Т. В.***Львівський торговельно-економічний університет***Фіскальна політика стимулювання розвитку бізнесу в умовах COVID-19..... 386****Мельник К.М.***Уманський національний університет садівництва***Науково-методичні підходи до оцінювання ризиків клієнтів банку..... 389****Олександренко І.В.***Луцький національний технічний університет***Фінансове забезпечення розвитку суб'єктів малого бізнесу..... 391****Отрода А. С.**Науковий керівник – **Дорошенко А. П.***Полтавський державний аграрний університет***Теоретико-прикладні аспекти аналізу формування та ефективності використання основних засобів підприємства..... 395****Петрищева К.Г.**Науковий керівник – **Єлецьких С.Я.***Донбаська державна машинобудівна академія***Модернізація механізму забезпечення фінансової складової економічної безпеки підприємства на основі фінансового ресурсозбереження..... 398**



	Пікуль С. В.	
	Науковий керівник – Бражник Л. В.	
	<i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Фінансова криза на підприємстві: симптоми та фактори, що її спричиняють.....		402
	Рязанова Н.О.	
	<i>ДЗ «Луганській національний університет імені Тараса Шевченка»</i>	
Прогнозування фінансової нестійкості.....		405
	Садура О.Б.	
	<i>Національний університет «Львівська політехніка»</i>	
Ефективність кошторисного планування бюджетної установи.....		408
	Сидор Г. В.¹, Савків У.С.²	
	<i>¹Чортківський навчально-науковий інститут підприємництва і бізнесу</i>	
	<i>Західноукраїнського національного університету</i>	
	<i>²ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника»</i>	
Удосконалення митно-тарифного регулювання в Україні.....		410
	Соколова Л. В., Аль-Фахор Ескндер Суліман Салти	
	<i>Харківський національний університет радіоелектроніки</i>	
Фінансова стійкість – базис сталого економічного розвитку підприємства у нестабільному середовищі.....		412
	Стешенко О. Д.	
	<i>Український державний університет залізничного транспорту</i>	
Страховання як метод мінімізації ризиків агропромислового комплексу.....		414
	Ткачук Н.М.	
	<i>Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова</i>	
Фінансування інноваційної діяльності підприємств: особливості та реалії.....		418
	Товажнянська О.І., Черепанова В.О., Перерва П.Г.	
	<i>Національний технічний університет «ХПІ»</i>	
Аналіз факторів впливу на фінансову стійкість підприємства.....		421
	Тоцька О. Л.	
	<i>Волинський національний університет імені Лесі Українки</i>	
Порівняльна характеристика товарної структури зовнішньої торгівлі України та Волинської області.....		242
	Трегубенко В.В.	
	Науковий керівник – Дранус В.В.	
	<i>Чорноморський національний університет ім. П. Могилі</i>	
Основні напрямки регулювання державної політики у сфері зайнятості населення..		428
	Третьяк А.В.	
	Науковий керівник - Байрачна А. С.	
	<i>ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка</i>	
Страховий ринок України: сучасний стан та проблеми розвитку.....		430





Турик Б.В., Попрієнко В.А.

Науковий керівник – **Барабаш Л.В.**

Уманський національний університет садівництва

Економічна сутність податкового регулювання..... 432

Тягнибедіна Я. Ю.

Науковий керівник – **Дранус В.В.**

Чорноморський національний університет імені П. Могилу

Роль кредиту в розвитку малого бізнесу..... 434

Халява М.В.

Науковий керівник – **Перун С.В.**

ВСП «Фаховий коледж управління, економіки і права ПДАУ»

Фінансове шахрайство як загроза фінансовій безпеці суб'єктів підприємництва в Україні..... 436

Цимбал Л. М.

Науковий керівник – **Внукова Н. М.**

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Значення фінансових розслідувань для протидії легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом..... 438

Шило Ж.С.

Національний університет водного господарства та природокористування

Пряме та непряме оподаткування: проблеми та недоліки..... 441

Штефан Л. Б.

Вінницький навчально-науковий інститут економіки

Західноукраїнського національного університету

Вибір моделі здійснення монетарної політики в Україні..... 444



РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

	Бугріменко Р. М.
	<i>Державний біотехнологічний університет</i>
Інфраструктурний розвиток роздрібної торгівлі: проблеми та перспективи.....	448
	Будякова О.Ю.
	<i>Київський національний університет технологій та дизайну</i>
Біоекономіка: інноваційний напрям економічного розвитку.....	451
	Вавдіюк Н. Ю.
	<i>Науковий керівник – Тоцька О. Л.</i>
	<i>Волинський національний університет імені Лесі Українки</i>
Аналіз функціонування краудфандингових платформ в Україні.....	455
	Горященко Ю. Г.
	<i>Університет митної справи та фінансів</i>
Вплив змін цифрових технологій бізнесу на формування інтелектуального капіталу	458
	Жук С.В.
	<i>Науковий керівник - Чіп Л. О.</i>
	<i>Полтавський державний аграрний університет</i>
Формування та оцінка інвестиційної політики підприємства.....	460
	Zelisko N.B.
	<i>Lviv national agrarian university</i>
Investment activity in agribusiness.....	462
	Зінченко В.Р.
	<i>Науковий керівник – Зоря О.П.</i>
	<i>Полтавський державний аграрний університет</i>
Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України.....	465
	Івченко О.Г.
	<i>Науковий керівник – Гончарук О.В.</i>
	<i>Український державний університет науки і технологій</i>
Аналіз ефективності діяльності теплопостачального підприємства.....	467
	Ілляшенко С.М.^{1,2}, Шипуліна Ю.С.¹
	<i>¹Національний технічний університет «ХПІ»</i>
	<i>²Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща</i>
Особливості управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах четвертої промислової революції.....	470
	Кернасюк Ю. В.
	<i>Інститут сільського господарства Степу НААН</i>
Наукові парки як фактор інноваційного економічного розвитку.....	473



	Кривошея В.В.	
	Науковий керівник – Зоря О.П.	
	<i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Перспективи розвитку інвестиційних процесів в аграрному секторі економіки України.....		476
	Крупа В.Р., Червінський В.Р.	
	<i>Львівський національний університет природокористування</i>	
Кластерна модель організації аграрного підприємництва.....		478
	Купчак М. Я., Саміло А. В.	
	<i>Львівський державний університет безпеки життєдіяльності</i>	
Соціально-правові гарантії забезпечення гендерної рівності у сфері праці.....		482
	Лейчук Р.М.	
	Науковий керівник – Повна С.В.	
	<i>Національний університет «Чернігівська політехніка»</i>	
Роль держави в активізації впровадження проектів і програм підприємств.....		485
	Липовий Я.Р.	
	Науковий керівник - Байрачна А. С.	
	<i>ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка</i>	
Фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства.....		488
	Макурін А.А., Макуріна О.А.	
	<i>Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»</i>	
Перспективи використання технології блокчейн в обліку.....		490
	Макуха С.М.	
	<i>Одеський національний економічний університет</i>	
Фактори впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств України.....		493
	Мацука В.М., Коваленко О.А.	
	<i>Маріупольський державний університет</i>	
Особливості управління інноваційного розвитку малого підприємства.....		496
	Мироненко М.А.	
	<i>Науково-навчальний інститут промислових і бізнес технологій</i>	
	<i>Українського державного університету науки і технологій</i>	
Перспективи розвитку аграрно-промислового та гірничо-металургійного комплексів України за підсумками 2021 року.....		500
	Мисюк В.О.	
	<i>Київський національний торговельно-економічний університет</i>	
Global postpandemic business recovery.....		503
	Навроцький Я. Ф.	
	<i>Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»</i>	
Стимулювання державою попиту на вітчизняну сільськогосподарську техніку.....		506





Нехай В. В.

Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра Моторного

Стратегічні напрямки розвитку підприємств сільськогосподарського машинобудування України..... 509

Novik I. O. , Davidiuk R. S.

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"

Organizational communication as a part of innovative development of the company..... 513

Олексенко Л.В.

ТОВ «Інститут інноваційної біоекономіки»

Інноваційна інфраструктура як фактор активізації інноваційної діяльності..... 516

Петренко А.А.

Науковий керівник – **Найденко О.Є.**

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

Проблеми митного контролю імпорту об'єктів права інтелектуальної власності..... 518

Погорелова Т.О.

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

Роль інноваційної культури у процесі реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства..... 521

Posternak I.¹, Posternak O.¹, Posternak S.²

¹Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture

²private company "Composite", Odessa

Activity management the corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction..... 524

Пріб А. Г.

Науковий керівник - **Патика Н. І.**

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Сутність та складові екосистем аграрного підприємництва..... 527

Рилєєв М.С.

Науковий керівник – **Рилєєв С.В.**

Чернівецький торговельно-економічний інститут

Державного торговельно-економічного інституту

Оцінка реальних інвестиційних проєктів в умовах ризику та невизначеності..... 530

Руцишин М. О.

Науковий керівник – **Крупка М. І.**

Львівський національний університет імені Івана Франка

Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств..... 532

Руцишин Н. М., Семенович І. В.

Львівський торговельно-економічний університет

Проблеми безробіття молоді в Україні та шляхи їх вирішення..... 535

Сиротюк Г. В.

Львівський національний університет природокористування

Формування регіональної інноваційної стратегії сільськогосподарських підприємств..... 538



Терлецька В.О.

Національний університет «Львівська політехніка»

Особливості моделювання розвитку венчурного бізнесу..... 541

Ходирева О.О.

Національний технічний університет «Харківський Політехнічний інститут»

Обґрунтування необхідності впровадження стратегічного контролінгу для управління розвитком підприємства..... 544

Чорна Н.О.

Дніпровський технікум зварювання та електроніки імені Є.О. Патона

Роль інноваційного менеджменту в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємств..... 547

Шиманська О.В.

ВСП Уманський фаховий коледж технологій та бізнесу УНУС

Головні напрямки активізації інноваційно-інвестиційного розвитку агроформувань 550



РОЗДІЛ 6. МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННЯ

	544
Андросова Н.О., Вишнеvsька М.К.	
<i>Інститут промислових та бізнес технологій Українського державного університету науки і технологій</i>	
Вдосконалення мотивації персоналу аутсорсингової компанії.....	554
Бінерт О.В., Верзун А.А.	
<i>Львівський національний університет природокористування</i>	
Основи формування корпоративної культури підприємства.....	557
Войтеховіч Я.	
<i>Науковий керівник – Дячков Д.В. Полтавський державний аграрний університет</i>	
Менеджмент маркетингової діяльності.....	559
Воронько-Невіднича Т. В., Каплун Ю. В, Жукова Т. О.	
<i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Основні причини неефективної реалізації стратегій розвитку в підприємствах агропродовольчої сфери.....	561
Гарнага О.М.	
<i>Національний університет водного господарства та природокористування</i>	
Реалізація концепції земельного адміністрування в Україні.....	563
Гринь А.І.	
<i>Науковий керівник – Олійник А.С. Полтавський державний аграрний університет</i>	
Теоретичні засади управління інноваційним потенціалом.....	565
Гриценко Н.В.	
<i>Український державний університет залізничного транспорту</i>	
Соціальне інвестування у транспортну компанію України.....	567
Діденко С. М.	
<i>Науковий керівник – Дивнич О. Д. Полтавський державний аграрний університет</i>	
Основні показники орієнтації на обслуговування громадянина в межах розбудови сервісно-орієнтованої держави.....	570
Dranus V.	
<i>Petro Mohyla Black Sea National University</i>	
Minimization of risks in agricultural production through formation of insurance portfolio.....	572
Євченко В. В.	
<i>Українська інженерно-педагогічна академія</i>	
Глобалізація та особливості сучасного менеджменту.....	574





Єна В.В.

Науковий керівник – **Бабич О. Б.**

Запорізький Інститут Економіки та Інформаційних технологій

Аналіз ефективності заходів корпоративно-соціальної відповідальності компанії ТОВ "ІНТЕРПАЙП-УКРАЇНА"..... 576

Zalka S.

State Biotechnological University

Main factors of sustainable enterprise development..... 579

Здреник В.С.

Західноукраїнський національний університет

Передумови та етапи формування ефективної логістичної системи на засадах використання її конститутивних інструментів..... 582

Kalinichenko V.

Supervisor – **Zalka S.**

State Biotechnological University

Peculiarities of the state gender policy development..... 586

Kyrychenko A.

Supervisor – **Zalka S.**

State Biotechnological University

Peculiarities of innovative activities of enterprises..... 588

Клименко Л.В.

Уманський національний університет садівництва

Менеджмент інноваційної діяльності у сфері зовнішньоекономічної діяльності..... 590

Ковцун М. В., Літинська В. А.

Хмельницький національний університет

Лідерство в менеджменті організації..... 593

Козін О.О.

Науковий керівник – **Олійник А.С.**

Полтавський державний аграрний університет

Сутність розвитку підприємства у сучасних ринкових умовах..... 596

Косарев М.Р.

Науковий керівник – **Бабич О. Б.**

Запорізький Інститут Економіки та Інформаційних технологій

Аналіз ефективності заходів корпоративної соціальної відповідальності ТОВ «ЛАЙФСЕЛ»..... 598

Кремпоха Я.С.

Науковий керівник – **Олійник А.С.**

Полтавський державний аграрний університет

Управління регулюванням конфлікту інтересів на Державній службі..... 601

Крикун О. О.

Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна

Компетентності менеджерів контролінгової служби на підприємстві..... 603





	Kurylenko T. Supervisor – Zalka S. <i>State Biotechnological University</i>	
Stages of human capital formation.....		606
	Kuskova S. <i>State Biotechnological University</i>	
Intellectual potential of the enterprise as a factor of social responsibility.....		608
	Ланченко Є. О. <i>Національний університет біоресурсів і природокористування України</i>	
Формування й використання людських ресурсів в аграрній сфері.....		611
	Літинська В. А. <i>Хмельницький національний університет</i>	
Кадрове адміністрування за сучасних умов господарювання.....		614
	Lukyanov R., Svetlova I. Scientific director – Sorokina S. <i>State Biotechnological University</i>	
Features and problems of management of optimizing the efficiency of entrepreneurship in modern economic realities.....		617
	Makarenko D. Supervisor – Zalka S. <i>State Biotechnological University</i>	
Career management in conditions of digitalization.....		619
	Мацука В.М., Глушаниця А.В. <i>Маріупольський державний університет</i>	
Формування ефективної системи управління підприємством.....		621
	Мацука В.М., Сорока Ю.Є. <i>Маріупольський державний університет</i>	
Ефективність прийняття й оцінки управлінських рішень на підприємстві.....		623
	Мельникова Д. Д. Науковий керівник - Джур О. Є. <i>Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара</i>	
Закордонний досвід впровадження матричної структури управління організацією..		625
	Мирошник К.М. Науковий керівник – Олійник А.С. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Основні причини розвитку персоналу підприємства.....		627
	Михайлова А.Б. Науковий керівник – Волкова Н.В. <i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Категорія персонал при менеджменті господарської діяльності.....		629





Nikonenko O., Kolosov A.

Supervisor – **Zalka S.**

State Biotechnological University

Corporate social responsibility: style and leadership..... 631

Павлюк Н.П.

Науковий керівник – **Соколов М.О.**

Сумський національний аграрний університет

Сутність комунікативної сфери як пріоритету розвитку медичних закладів..... 634

Полторак А.С., Люткіна Т.Є.

Миколаївський національний аграрний університет

Роль та значення цифрової трансформації в системі управління територіальними громадами..... 637

Прокопишин О. С.¹, Трушкіна Н.В.²

¹*Львівський національний університет природокористування, м. Львів*

²*Інститут економіки промисловості НАН України, м. Київ*

Комплаєнс як невід’ємна складова сучасного конкурентоспроможного бізнесу..... 640

Рибалко-Рак Л.А., Кужель Н.Л., Сербін В.В.

ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

Управління системою комунікацій у сучасній організації..... 643

Сенишин О.С.

Львівський національний університет імені Івана Франка

Оцінювання органічного потенціалу України з використанням інтегрального Індексу таксономії..... 645

Славков М.П.

Науковий керівник – **Ксенофонтов М.М.**

ННЦ Інститут аграрної економіки

Історичні аспекти формування житлової політики..... 650

Славкова О.П.

Сумський національний аграрний університет

Управління розвитком сільських територій..... 653

Сливінська О.Б.

ВП Національного університету біоресурсів і природокористування України

«Бережанський агротехнічний інститут»

Роль лідерства в системі управління підприємством..... 655

Сорокотяга М.С.

Науковий керівник – **Таран О.М.**

Державний біотехнологічний університет

Сільське господарство – як стратегічно важлива галузь національної економіки України..... 658





Стахович А.С.

Науковий керівник – **Кундицький О.О.**

Львівський національний університет імені Івана Франка

661

Ефективність в системі суміжних економічних категорій.....

Сухоставець А.І.

Сумський національний аграрний університет

663

Теоретичні основи функціонування сільськогосподарських кооперативів.....

Фурман А.С.

Науковий керівник – **Іщейкін Т.Є.**

Полтавський державний аграрний університет

666

Особливості формування витрат.....

Хоменко О.Г.

Науковий керівник – **Олійник А.С.**

Полтавський державний аграрний університет

669

Теоретичні основи TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM).....

Худавердієва В.А.

Державний біотехнологічний університет

671

Головні аспекти системного підходу в бізнес-адмініструванні в умовах інноваційного розвитку суспільства.....

Худавердієва В.А., Буківченко К.М.

Державний біотехнологічний університет

674

Основні проблеми менеджменту на сучасному етапі.....

Худавердієва В.А., Куроп'ятник О.С.

Державний біотехнологічний університет

677

Проблеми сучасного менеджменту і шляхи їх вирішення в умовах нестабільності зовнішнього середовища.....

Худавердієва В.А., Найдюнова М.С.

Державний біотехнологічний університет

680

Ефективність бізнес – адміністрування і критерії сучасної моделі менеджменту і менеджера.....

Chaban A.

Supervisor – **Zalka S.**

State Biotechnological University

683

Features of the digital economy.....

Черепанова А.М.

Науковий керівник – **Олійник А.С.**

Полтавський державний аграрний університет

685

Напрями удосконалення управління процесами розвитку персоналу.....

Ясінська І. В., Лтінська В. А.

Хмельницький національний університет

687

Значення поведінкової економіки для менеджменту.....



РОЗДІЛ 7. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА

Волченко А.С., Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г.
Національний технічний університет «ХПИ»

Економічні передумови космічного туризму як організаційно-інноваційної форми бізнесу..... 691

Габа М.І.

НУ «Львівська політехніка»

Замковий туризм – один з перспективних пропозицій у туристичній галузі..... 694

Гайченко Л. В.

Науковий керівник – **Шикіна О. В.**

Одеський національний економічний університет

Розвиток готельної мережі «REIKARTZ HOTEL GROUP»..... 696

Глізнуца М.Ю., Перерва П.Г., Волченко А.С.

Національний технічний університет «ХПИ»

Організаційно-економічне та маркетингове забезпечення космічного туризму..... 699

Грідіна А.О., Долина І.В., Перерва П.Г.

Національний технічний університет «ХПИ»

Економічні та управлінські бізнес-чинники міжнародного туризму..... 702

Зеліско Н.Б.

Львівський національний аграрний університет

Досвід агротуризму в зарубіжних країнах..... 705

Ільїна В.В., Перерва П.Г.

Національний технічний університет «ХПИ»

Розвиток ринку послуг гастрономічного туризму..... 708

Ільницька-Гикавчук Г.Я.

Національний університет «Львівська політехніка»

Проблеми та перспективи розвитку туризму Полтавської області..... 711

Колісниченко Т. О.

Київський національний університет технологій та дизайну

Управління мережею ресторанного бізнесу..... 713

Миронов Ю. Б.

Львівський торговельно-економічний університет

Обґрунтування переваг створення туристичного кластеру..... 715

Самойлова О.О.

Науковий керівник – **Кукліна Т. С.**

Національний університет «Запорізька політехніка»

Організація банкету в карантинний період..... 718



Свистунова К.Р., Проскурня О.М., Перерва П.Г.
Національний технічний університет «ХПІ»

Економічні принципи забезпечення якості послуг туристичного бізнесу..... 720

Тютюнник Ю. М.
Полтавський державний аграрний університет

Тенденції розвитку вітчизняної індустрії туризму..... 723

Шикіна О. В.
Одеський національний економічний університет

Приклади стратегічних альянсів в готельному бізнесі..... 725



РОЗДІЛ 8. МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА

	Богашко О. Л.
	<i>Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини</i>
Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг у галузі маркетингу.....	729
	Вербицький К. В., Складенко А. Л.
	Науковий керівник - Лищенко М.О.
	<i>Сумський національний аграрний університет</i>
Маркетингова концепція управління матеріальними запасами в бізнес структурах	732
	Виниченко А.А., Кобелева Т.О., Перерва П.Г.
	<i>Національний технічний університет «ХПІ»</i>
Економічні фактори управління маркетингом в агробізнесі.....	735
	Гарна У.Ю., Косенко А.В., Перерва П.Г.
	<i>Національний технічний університет «ХПІ»</i>
Фактори ефективності сенсорного маркетингу.....	738
	Глухова С.В.¹, Кильницька Є.В.²
	<i>¹Національний технічний університет «ХПІ»</i>
	<i>²Харківський національний університет будівництва та архітектури</i>
Забезпечення конкурентоспроможності як основа стійкого функціонування підприємства на ринку.....	741
	Zalka O.
	<i>State Biotechnological University</i>
Social responsibility as the basis of competitive advantages of the enterprise.....	744
	Копитець Н. Г.¹, Волошин В. М.²
	<i>¹Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»</i>
	<i>²Національний науковий центр «Інститут землеробства Національної академії аграрних наук України»</i>
Моніторинг цінової ситуації за основними видами м'яса.....	747
	Кравців І.К., Урбан І.Р.
	<i>Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З.Гжицького</i>
Маркетинг – дієвий інструмент розвитку економіки сільських територій прикордонного регіону України.....	751
	Нікішина О.В.
	<i>ДУ «Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України»</i>
Методичні положення до оцінки ефективності селективного регулювання розвитку систем суміжних товарних ринків.....	754



Internet marketing tools.....	757
Pavlychenko V. Supervisor – Zalka O. <i>State Biotechnological University</i>	
Інструменти захисту маркетингової інформації.....	760
Разумова Г. В., Волощук В. В. <i>Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ</i>	
Зовнішня торгівля овочами в Україні.....	763
Соколова Л. В., Галанов О. Р. <i>Харківський національний університет радіоелектроніки</i>	
Роль брендингу в забезпеченні конкурентних позицій промислових підприємств....	766
Сумець О.М. <i>Харківський інститут ПрАТ ВНЗ «МАУП»</i>	
Ключові фактори організації розподільчих логістичних центрів регіонального рівня	770
Хамініч С.Ю.¹, Сокол П.М.² ¹ <i>Дніпропетровський державний університету внутрішніх справ</i> ² <i>Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара</i>	
Маркетинг освітніх послуг в сучасних політичних умовах держави.....	773
Харченко Н.О., Катериніна ДМ. Науковий керівник - Лищенко М.О. <i>Сумський національний аграрний університет</i>	
Складові управління потенціалом розвитку маркетингової діяльності підприємства	776
Хривський Р.П. <i>Львівський національний університет природокористування</i>	
Еволюція комплексу міжнародного маркетингу.....	780



РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ

	Богданюк О.В.
<i>Національний університет біоресурсів і природокористування України</i>	
Економічне моделювання в управлінні доходами від операційної діяльності сільськогосподарських підприємств.....	784
Болібрux Н.А., Бондарчук О.Ю., Макаpчук А.В. Науковий керівник – Глинчук Л. Я. <i>Волинський національний університет імені Лесі України</i>	
Чому ІТ-компанії наймають економістів.....	787
Бондарчук О.Ю., Караханов Д.А., Корецький В.С. Науковий керівник - Товкач Р.В. <i>Волинський національний університет імені Лесі України</i>	
Оптимізація логістичних завдань за допомогою транспортної задачі.....	790
Вайда Т.С. <i>Одеський державний університет внутрішніх справ</i>	
Дотримання працівниками поліції встановлених вимог щодо роботи з правовою (службовою) інформацією як умова забезпечення інформаційної безпеки в правоохоронній діяльності.....	793
Звірко А.О. Науковий керівник – Бегун С.І. <i>ВНУ імені Лесі України</i>	
Застосування кореляційно-регресійного аналізу в дослідженні залежності рівня безробіття від капітальних інвестицій в Україні.....	798
Калінін О.С. Науковий керівник - Татарченко О.М. <i>ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»</i>	
Впровадження технології блокчейн в економіку України: проблеми та перспективи	801
Караханов Д. А., Назарук А. Б., Болібрux Н. А. Науковий керівник – Кальчук І. В. <i>Волинський національний університет імені Лесі України</i>	
Використання математики в економічних моделях.....	804
Крамський Д.Ю., Назаренко С.М., Перерва П.Г. <i>Національний технічний університет «ХПІ»</i>	
Економічна оцінка аутсорсингу інформаційних технологій.....	806
Макарчук А. В., Болібрux Н. А., Назарук А. Б. Науковий керівник – Харкевич Ю. І. <i>Волинський національний університет Ім. Лесі України</i>	
Використання інтерполяційних поліномів на основі рядів Фур'є при обліку витрат...	809



Макарчук О.Г.

Національний університет біоресурсів і природокористування України

Ефективність застосування методів та моделей прогнозування у діяльності підприємства..... 811

Назаренко С.М., Крамський Д.Ю., Перерва П.Г.

Національний технічний університет «ХПІ»

Економічна сутність аутсорсингу інформаційних технологій..... 814

Назарук А. Б., Корецький В. С., Бондарчук О. Ю.

Науковий керівник – Харкевич Ю. І.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Фінансова математика та її важливість в банківській справі..... 817

Ніколайчук Т.О.

ДУ «Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень»

Господарсько-цифрова інклюзія, як інструмент управління підприємництвом в умовах гео-соціальних обмежень спричинених вірусом SARS-CoV-2..... 819

Полякова Ю. В., Новосад З. Г.

Львівський торговельно-економічний університет

Інвестиційна політика енергетичного підприємства..... 822

Шевчук Д. М., Макарчук А.В., Караханов Д.А.

Науковий керівник – Піддубний О.М.

ВНУ імені Лесі Українки

Математична економіка..... 825



РОЗДІЛ 10. КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ

Беленкова М.І.¹, Рагуліна І.І.¹, Рагуліна М.М.²

¹Державний біотехнологічний університет

²Бюро перекладів «Еталон», м. Харків

Підвищення практичної підготовки викладачів обліково-економічного профілю у закладах вищої освіти.....	828
Васільєва Л.М.	
<i>Дніпровський державний аграрно-економічний університет</i>	
Компоненти професійної етики фахівців економічного профілю в умовах закладів вищої освіти.....	831
Гевлич Л. Л., Гевлич І. Г.	
<i>Донецький національний університет імені Василя Стуса</i>	
Зміст освітньо-професійної програми облік і оподаткування вітчизняних ЗВО: тренди та вимоги.....	834
Дерипаска А.	
<i>Науковий керівник – Кононенко Ж.</i>	
<i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Діловий етикет в підприємницькій діяльності.....	837
Єгорова О. В., Безкровний О. В.	
<i>Полтавський державний аграрний університет</i>	
Моніторинг задоволеності здобувачів вищої освіти формуванням фахових компетенцій.....	839
Мельничук І. І.	
<i>Університет економіки і підприємництва</i>	
Застосування компетентісного підходу при викладанні фахових фінансових дисциплін.....	842
Шестерніна Н. П.	
<i>Сумський місцевий центр з надання безоплатної вторинної правової допомоги</i>	
Сервіси безоплатної правової допомоги в умовах цифрової трансформації в Україні.....	844



РОЗДІЛ 1. БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ОБЛІК, КОНТРОЛЬ, АУДИТ





Алієв А. Р., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр, ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Давидюк Т. В.**, д.е.н, професор,
професор кафедри обліку і фінансів,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОГЛЯД ЛІТЕРАТУРНИХ ДЖЕРЕЛ ЩОДО ОБЛІКУ ТА АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Питання бухгалтерського обліку та аналізу фінансових результатів є актуальним і увесь час виникають нові проблеми, які вимагають розв'язку, науковці пропонують нові шляхи удосконалення обліку та аналізу фінансових результатів.

Цікавим є питання необхідності й можливості вивчення стану бухгалтерського обліку фінансових результатів та його складових частин у сучасних умовах господарювання в роботі Л.Л. Турової та Д.М. Маринич [1]. Автори підкреслюють, що фінансові результати є головним важелем створення підприємства, його подальшого існування й розвитку, тому облік фінансових результатів займає особливе місце в бухгалтерському обліку, який також вимагає від бухгалтерів певного уваги і майстерності.

Актуальним питанням обліку та аналізу фінансових результатів, які надавали б повну картину діяльності підприємства і вчасно визначали можливі погіршення показників свою статтю присвячують М.А. Шум і О.В. Паскова. Авторами розроблено алгоритм визначення чистого прибутку на підприємстві, а також наведені основні напрямку здійснення аналізу фінансових результатів діяльності підприємств [2].

У статті «Сучасна проблематика обліку фінансових результатів за видами діяльності підприємства» Г.В. Пчелинської, М.В. Кирилової визначено шляхи удосконалення обліку фінансових результатів шляхом коригування змісту, назви, кореспонденції рахунків бухгалтерського обліку доходів, витрат фінансової, інвестиційної діяльності, їх фінансових результатів. Це стало базою для подальшого розвитку методики складання звіту про фінансові результати шляхом перегрупування статей доходів, витрат і визначення статей прибутку (збитку) від фінансової та інвестиційної діяльності підприємства [3].

Питанням виділення складових обліково-аналітичного забезпечення доходів, витрат і фінансових результатів та розгляду проблеми обліково-аналітичного забезпечення займалася також Г.І. Рзаєв і Д.О. Драгочинська в статті «Обліково-аналітичні процедури підтримки безпеки формування доходів, витрат і фінансових результатів» [4].

Досить важливим є розгляд наукових поглядів щодо аналізу фінансових результатів суб'єктів господарювання. Так, наприклад, Ю.А. Гайбура у своїй науковій праці узагальнив використання різних методик щодо підвищення ефективності аналізу фінансових результатів [5].

Узагальнимо погляди щодо визначення актуальних проблем бухгалтерського обліку й аналізу фінансових результатів підприємства в



таблиці 1.

Таблиця 1

Питання щодо бухгалтерського обліку й аналізу фінансових результатів*

Критерій групування	Наукова література з обліку та аналізу фінансових результатів					
	Турова Л.Л., Маринич Д.М. [1]	Шум М.А., Паскова О.В. [2]	Пчелинська Г.В., Кириллова М.В. [3]	Рзаєв Г.І., Драгочинська Д.О. [4]	Гайбура Ю.А [5]	Усього
Визначення поняття «фінансові результати»	+	+	+	+	+	5
Класифікація доходів, витрат і фінансових результатів підприємства	-	+	+	-	-	2
Синтетичний і аналітичний облік фінансових результатів	-	+	+	-	-	2
Питання формування фінансового результату	+	+	+	-	+	4
Пропозиції щодо методик аналізу фінансових результатів	-	-	-	-	+	1
Визначення фінансових результатів у бухгалтерському й податковому обліку	+	+	-	+	-	3
Вітчизняний і закордонний досвід обліку фінансових результатів	+	+	-	-	-	2
Нормативно-правове регулювання обліку фінансових результатів	+	+	+	+	+	5

*Джерело: розроблене автором

Розглянувши погляди науковців щодо бухгалтерського обліку та аналізу фінансових результатів, можна зробити висновок, що у літературних джерелах наукового спрямування автори повною мірою розкривають поняття «фінансові результати», дають розгорнуту класифікацію витрат, доходів і фінансових результатів діяльності підприємств.

Досить часто науковці звертають увагу на проблеми визначення фінансових результатів у бухгалтерському і податковому обліку, досліджують вітчизняний і закордонний досвід обліку фінансових результатів. І звичайно, даючи оцінку та аналізуючи певну проблему у своїй роботі, кожний автор розглядає нормативно-правове регулювання обліку фінансових результатів, спрямоване на створення єдиних правил ведення бухгалтерського обліку.

Таким чином, тема бухгалтерського обліку й аналізу фінансових результатів залишається досить актуальною, тому є предметом постійного дослідження й обговорення серед науковців. Однак у питаннях обліку фінансових результатів залишається ще багато невирішених проблем, які потребують детального дослідження.



Список використаних джерел:

1. Турова Л.Л., Маринич Д.М. Бухгалтерський облік фінансових результатів діяльності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні наук*. 2017. Випуск 26. Частина 2. С. 131-133.
2. Шум М.А., Паскова О.В. Особливості обліку та аналізу фінансових результатів промислових підприємств в Україні. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні наук*. 2017. Випуск 25. Частина 2. С. 179-182.
3. Пчелинська Г.В., Кирилова М.В. Сучасна проблематика обліку фінансових результатів за видами діяльності підприємства. *Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля*. 2020. № 6 (262). С. 97-102.
4. Рзаєв Г.І., Драгочинська Д.О. Обліково-аналітичні процедури підтримки безпеки формування доходів, витрат і фінансових результатів. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2019. № 1. С. 62-65.
5. Гайбура Ю.А. Аналітичний інструментарій управління фінансовими результатами підприємства в умовах кризи. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2021. № 5. С. 105-112.



FEATURES OF CREATIVE ACCOUNTING AS AN ELEMENT OF ACCOUNTING SCIENCE

The modern system of accounting regulation and accounting regulation has created the preconditions for the creation of such a balance sheet policy, which has given rise to a new direction in accounting "creative" accounting [1, p. 131]. At present, the ability to obtain complete and transparent information on the activities of various organizations is a guarantee of market stability, as creative accounting embodies a fine line between acceptable accounting methods and fraudulent practices.

Practices of the above stated phenomenon has been among the most important topics on the worldwide agenda since the collapse of major US companies, such as World.com, Enron and Xerox. These companies differ a lot in their cores and operations, but share the same wreckage causes, which is the creative accounting. But before discussing the modern tendencies it is important to unveil the history of creative accounting and its theoretical basis.

Further research of the creative accounting problematic can find reflection in systematization of this definition, uncovered in the works of foreign scientists. Despite the ability of differences of typical groups of defining the «creative accounting» there could be outlined the most common features of this phenomena:

1. Confession of creative accounting assumes the existence of the objective truth, which is attainable as the result of following all the accepted accounting principles;

2. Positive aspect of creative accounting is observed in using of the professional judgment of the accountant in order to reflect in the reports legal, economic and financial innovations which do not have yet the appropriate accounting regulation rules;

3. The basement of creative accounting is embodied in loopholes and ambiguities of regulation principles;

4. Both negative and positive aspects are admitted, sometimes the usage of creative accounting is even approved under certain circumstances;

5. Creative accounting is aimed at distortion of financial figures in the interests of company's management. Where in the management is oriented at the creation of the desirable perception of financial statements by the most influential stakeholders or smoothing of non-distinctive deviations in financial data, prevention of short-term tendencies in decision making and negative reactions of stakeholders;

6. Creative accounting is based on deep knowledge of accounting legislation and adept use of accounting tools and instruments, complex analytical elaborations enabling the data transformation.

Despite the fact that the majority of creative accounting essential



characteristics are not directly connected with the intent to conform the concept of reliable and conscientious sight of financial reports, the features themselves do not univocally testify about the presence of distortions aimed at damaging the stakeholder's interests. Leaning on the investigations of foreign authors, the essential features of creative accounting can be formulated the following way:

- requires deep knowledge of legislation and accounting standards, expertise and skills of its application, as well as decision reasoning;
- appears as a driving force, catalyzing further development of accounting theory and methodology;
- the application area is out of the force of imperative norms of current legislation or in cases authorized by law and reporting standards implies withdrawal from imperative norms.

Consistently analyzing the essence of creative accounting there can be outlined its major dignities and drawbacks:

1) Virtues:

- ensures the opportunity to boost the development of accounting on the morrow of business amplification;
- eliminates the probability of drab mistakes in financial statements, which are inevitable in case of sticking to accounting regulators' rules;
- allows to tailor the accounting system for the needs of each company and ensure following the principles of neutrality, information credibility, timeliness of data submission and disclosure.

2) Drawbacks:

- high risks of veiling and falsifications in financial statements;
- subjectivism and conventionalism of financial reporting data.

From the accountant's side motives can be proper (the degree of professionalism, following the ethical standards) and imposed (direct administration and owners pressure).

In order to present business in a positive light, companies use various methods of creative accounting. The basis for manipulative procedures lies in accounting estimates that are permitted within accounting standards. The techniques used in creative accounting relate to manipulation of off-balance sheet financing items.

Implemented in a minimal scope and with positive intent, creative accounting can be considered a good practice, however, as it is often misused, it becomes necessary to insist on measures that will diminish the practice of manipulating financial statements by companies in order to reach the desired goals. Such measures include adaptation of accounting standards in the sense of limiting the use of accounting estimates, and establishing consistency in the application of accounting methods.

References:

1. Konon Bagrii (2021). Evolution of Creative Accounting and Ways of Its Improvement. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute]*, vol. IV (84), pp. 129-144 (in Ukr.).





Базелюк О.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІІ Маркетинг,
Науковий керівник – **Гайдаєнко О.М.**, к.е.н,
доцент кафедри економічного аналізу,
Одеський національний економічний університет

АНАЛІЗ СТРУКТУРИ ВИТРАТ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ПРИКЛАДІ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»

Діяльність будь-якого підприємства полягає у виробництві різноманітних товарів та реалізації їх кінцевим споживачем. Виконання таких завдань не можливе без витрат, так як вони є основним показником діяльності. Термін «витрати» часто вживається вченими-економістами, бухгалтерами, науковцями.

На сьогоднішній день в літературі існують різні поняття «витрат», що викликає багато суперечностей. Виходячи з цього поняття, виникає складність розуміння структури та класифікації витрат, так як кожен вчений по своєму розуміє саму сутність цього поняття. Витрати відіграють важливу роль у промисловому виробництві. Адже вони безпосередньо впливають на прибуток підприємства, ефективність виробництва та конкурентоспроможності. Виходячи з цього, тема роботи є актуальною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє зробити висновок, що від того, наскільки ефективно підприємство управляє своїми витратами, залежать його розвиток та успіх. Питанню структури витрат приділено багато уваги. Термін «витрати» зустрічається у працях І.А. Гончаренко, В.Л. Пластуна, В.Б. Івашкевича, С.А. Котлярова, Ю.Б. Кравчук, І.А. Бланка, В.П. Савчука, В.П. Дерій, М.І. Трубочкіної, Г.В. Нашкерської, А.А. Турила, Ф.Ф. Бутинець, О.А. Мошковської, Л.В. Нападовської, М.С. Пушкар, М.О. Скрипник, О.В. Варчук. Питання структури та класифікації витрат досліджували вчені М.Г. Грещак, А.М. Турило, Г.О. Партин, Ю.С. Цал-Цалко, Ю.О. Ночовна, С.І. Дроб'язко.

Кожний вчений трактує по-різному власний підхід до вибору структури та класифікації витрат, повністю або частково використовуючи свій досвід, а також спираючись на досвід інших вчених.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить про значний внесок попередників, але ще й досі залишається значна кількість невирішених питань. Виникає складність розуміння структури та класифікації витрат.

Метою статті є узагальнення підходів щодо визначення поняття «витрати», класифікації витрат підприємства за різними ознаками та структури витрат промислового підприємства.

Н.П. Скригун вважає, що витрати є складною економічною категорією, вирішальним фактором, що впливає на фінансові результати діяльності будь-яких суб'єктів підприємницької діяльності. У зв'язку з цим, в системі управління як усього підприємства, так і його окремих структурних підрозділів центральне місце представлено інформацією про витрати. Крім того структура витрат підприємства, які характеризують рівень технології та організації



виробництва, ефективність діяльності, є основою формування цінової політики [1, с.11].

Потрібно зазначити, що в економічній літературі немає єдиного погляду щодо визначення поняття «витрати» та їх структури.

На думку С.А.Котлярова, витрати являють собою вартісне вираження ресурсів (матеріальних і трудових) підприємства, які використовуються для виробництва продукції, отримання прибутку або для досягнення будь-якої іншої мети організації.

В.П.Дерій вважає, що витрати являють собою запаси, необоротні активи та інші ресурси підприємства, які були використані в процесі фінансово-господарської діяльності підприємства, а також погашення підприємством своїх забор'язань перед бюджетом та іншими кредиторами. [2, с.154].

Визначено, що більш доцільно трактує поняття «витрати» М.І. Трубочкіна, як витрати матеріальних, трудових, фінансових, природних, інформаційних та інших видів ресурсів у вартісному виразі.

Витрати мають достатньо розширену структуру, тому для аналізу необхідна їх класифікація.

На думку І.М. Грабової, класифікація витрат – це поділ їх на класи на основі певних загальних ознак об'єктів і закономірних зв'язків між ними. [3, с.304].

Витрати на підприємстві поділяються в залежності від видів діяльності підприємства. [4].

Витрати класифікуються за економічними елементами. Сукупність витрат за видами та в грошовому виразі економічно однорідних витрат називають економічними елементами.

За економічними елементами витрати поділяються на:

- матеріальні витрати;
- витрати на оплату праці;
- відрахування на соціальні заходи;
- амортизація;
- інші операційні витрати.

Це групування є єдиним для всієї промисловості. [3,с.308].

Зробимо аналіз операційних витрат на виробництво продукції за економічними елементами витрат на основі даних ПАТ «Одескабель» за 2020 рік. Такий аналіз наведено в табл. 1.

Аналіз операційних витрат показав, що у звітному році порівняно із попереднім роком сума операційних витрат збільшилась на 30,13%.

Дані зміни відбулися за рахунок збільшення майже всіх елементів витрат за виключенням інших операційних витрат.

Так, матеріальні витрати збільшились на 245442 тис.грн або на 33,75%, витрати на оплату праці на 28319 тис.грн або на 44,91%. Зміни по іншим статтям були мінімальними.

Також за аналізуючий період відбулися зміни в структурі операційних



витрат збільшилась питома вага матеріальних витрат, витрат на оплату праці.

В результаті дослідження проведено аналіз різних підходів вчених до поняття «витрати», до структури та класифікації цього поняття.

Таблиця 1

Аналіз операційних витрат на виробництво продукції за економічними елементами витрат на основі даних ПАТ «Одескабель» за 2020 рік

Елементи витрат	Попередній рік		Звітний рік		Відхилення		
	Σ, тис.грн	Питома вага, %	Σ, тис.грн	Питома вага, %	Σ, тис.грн	%	Питокої ваги, %
А	1	2	3	4	5	6	7
1. Матеріальні витрати	727269	80,01	972711	82,23	245442	33,75	+2,22
2. Витрати на оплату праці	63063	6,94	91382	7,73	28319	44,91	+0,79
3. Відрахування на соціальні заходи	17751	1,95	18348	1,55	597	3,36	-0,4
4. Амортизація	11588	1,27	14647	1,24	3059	26,4	-0,03
5. Інші операційні витрати	89341	9,83	85805	7,25	-3536	-3,96	-2,58
Усього	909012	100	1182893	100	273881	30,13	х

Отже, можна зробити висновок, що структура та класифікація витрат займають найважливіше місце на ПАТ "Одескабель", так як дають можливість більш детально проводити аналіз для звітності підприємства та при першій можливості зменшити або оптимізувати витрати. Звідси виходить, що необхідно розробляти класифікацію витрат згідно з особливостями основної діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Скригун Н.П. Економічна сутність категорії витрат виробництва. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2017. № 4(71). С. 11 - 15.
2. Дерій В. Термін «витрати» та його трактування для потреб обліку і контролю. *Галиц. екон. вісн.* 2018. № 1(26). С. 154 - 160.
3. Економічний аналіз: навч. посібник. Волкова Н.А., Волчек Р.М., Гайдаєско О.М. та ін.; за редакцією Волкової Н.А. Одеса: ОНЕУ, Ротапринт. 2015. С. 304 - 309.
4. База даних ПАТ «Одескабель». URL: <https://smida.gov.ua/db/participant/05758730>.



Беленкова М.І., к.е.н., професор кафедри обліку,
аудиту та оподаткування,
Рагуліна І.І., к.е.н., доцент кафедри обліку,
аудиту та оподаткування,
Державний біотехнологічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ У СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ

Роль внутрішньогосподарського контролю сьогодні зростає, оскільки він є ефективним механізмом управління діяльністю підприємства та забезпечує дотримання політики керівництва кожним окремим працівником. Проте можемо констатувати, що до теперішнього часу не розроблено і не затверджено організаційно-методичні положення внутрішньогосподарського контролю, які могли б мати рекомендаційний характер для керівництва підприємств різних форм власності.

Внутрішній контроль – це інструмент управління діяльністю підприємства, що надає змогу керівництву перевірити стан виконання планів. Це процес, який здійснюється на самому підприємстві і не залежить від зовнішніх факторів, метою якого є забезпечення впевненості керівництва (власників) щодо досягнення в діяльності підприємства належних показників фінансових результатів, економії витрат, ефективності та результативності діяльності відповідно до поставлених завдань, достовірності управлінської звітності [1].

Внутрішньогосподарський контроль є самостійною функцією управління на підприємстві, відрізняється глибиною та точністю, оскільки здійснюється там, де знаходиться ризик управління. Внутрішньогосподарський контроль здійснюється усіма відділами та службами, керівниками та спеціалістами підприємства. Він дозволяє вчасно виявити негативні відхилення у роботі підприємства, порушення технології виробництва, факти розкрадань та зловживань, якщо вони мали місце. Внутрішньогосподарський контроль можна визначити як систему безперервних процесів [2].

Основна мета внутрішньогосподарського контролю, і, зокрема, внутрішньогосподарського контролю у системі управлінського обліку витрат, – забезпечення раціонального використання матеріальних ресурсів, причому завдання внутрішньогосподарського контролю у системі управління не повинні обмежуватися констатацією фактів, а мають бути спрямовані на запобігання порушень для подальшого прийняття управлінських рішень.

Внутрішньогосподарський контроль визначається, більшістю науковцями та виробничниками, переважно як система заходів визначених керівництвом організації та здійснюваних з метою найефективнішого виконання усіма працівниками своїх обов'язків під час здійснення господарських операцій. Система внутрішнього контролю включає такі складові елементи як контрольне середовище, система бухгалтерського обліку, процедури внутрішнього контролю. Однак такий підхід до представлення системи внутрішнього



контролю має емпіричний характер і не містить системного обґрунтування його методичних положень.

Рівень організації внутрішньогосподарського контролю буде різним на різних підприємствах, і це залежатиме насамперед від сформованого контрольного середовища (основних умов): стиль та принципи керівництва підприємством, організаційна структура, кадрова політика, розподіл відповідальності та повноважень, технологічні особливості господарюючого суб'єкта та ступінь участі власника в управлінні та керівництві підприємством, економічна стійкість у сфері діяльності, розвиток законодавчої та нормативної бази, зміни податкової політики.

Система внутрішньогосподарського контролю господарюючого суб'єкта представляє функціональну організаційну сукупність контрольного середовища, що включає об'єкти, суб'єкти контролю, систему інформаційного забезпечення та методи контролю. Важливим теоретичним питанням є визначення об'єктів внутрішньогосподарського контролю. На наш погляд, перелік об'єктів внутрішньогосподарського контролю в аграрних підприємствах має визначатися елементами виробництва, результатами діяльності кожного підрозділу в компетенції посадових осіб, які здійснюють господарські операції. Зокрема, об'єктами внутрішньогосподарського контролю витрат є: матеріальні витрати; трудові витрати; інші витрати. Суб'єктами контролю, і зокрема контролю витрат, є всі працівники підприємства, що стосуються об'єктів внутрішньогосподарського контролю. Зокрема суб'єктами внутрішньогосподарського контролю витрат є: головні спеціалісти (економіст, бухгалтер, агроном), бригадири рільничих та тракторних бригад, завідувачі ферм та ін. Система інформаційного забезпечення представлена бухгалтерським управлінським обліком та внутрішньою звітністю підприємства. Метод контролю поєднує відповідні прийоми та способи вивчення об'єктів контролю з використанням номенклатури обліково-контрольних процедур.

У системі внутрішньогосподарського контролю обліку витрат провідна роль належить контролю, що здійснюється працівниками бухгалтерії, у формі попереднього, поточного та заключного контролю. Однак покладання контрольних функцій лише на працівників бухгалтерії виключає можливість створення розгалуженої системи виявлення відхилень від регламентованого ходу робіт та їх своєчасного регулювання. Проблема у тому, що використання матеріальних ресурсів, виготовлення готової продукції, виконання робіт і надання послуг здійснюється під впливом всіх основних відділів і служб підприємства, тому знижується відповідальність інших служб.

Таким чином в організації внутрішньогосподарського контролю витрат виникає необхідність використання принципу системного впорядкування, але його застосування ускладнюється у зв'язку з недосконалим розподілом управлінських обов'язків за функціональним принципом, що ускладнює чітке розмежування робіт у галузі контролю між відділами та службами підприємства.



Наявність недоліків в організації та практиці контролю полягає в тому, що ще недостатньо глибоко досліджено багато важливих теоретичних питань цієї складної функції управління. У зв'язку з цим основними напрямками його розвитку є: розвиток теоретичних та методологічних засад організації контролю витрат, визначення його предмета та методу; розкриття внутрішньої структури системи контролю витрат щодо відокремлених економічних об'єктів з метою узгодження їх окремих частин із тими елементами функції контролю, що узгоджуються із завданнями функціонування та специфічними властивостями цих частин.

Надійне функціонування системи внутрішньогосподарського контролю витрат є необхідною умовою у виконанні завдань, що стоять перед суб'єктами господарювання. Основними завданнями внутрішньогосподарського контролю у системі управлінського обліку витрат є: перевірка правильності включення витрат у собівартість; перевірка достовірності даних про вихід продукції; виявлення резервів зниження витрат на виробництво продукції.

Однією з умов ефективності проведення контрольних процедур є оптимальна організаційна структура внутрішньогосподарського контролю та наявність внутрішніх стандартів. Ефективність роботи служби внутрішньогосподарського контролю передбачає суворе дотримання комплексу заходів, пов'язаних із регламентуванням роботи цієї служби. Розробка та застосування у практиці внутрішньогосподарського контролю на підприємстві «Положення про організацію внутрішньогосподарського контролю» дозволить, на наш погляд, удосконалити систему внутрішньогосподарського контролю та забезпечить можливість створення багатопрофільної системи виявлення відхилень від запланованого ходу робіт та їх своєчасне регулювання.

Під час внутрішньогосподарського контролю діяльність служби має бути цілеспрямованою, покликаною досягати певних результатів у системі управління виробничо-фінансовою діяльністю підприємства, зокрема управління витратами. Ефективність та якість роботи служби внутрішнього контролю, кінцевий результат (перевірки) в системі управління залежать від обґрунтованості поставлених цілей, від правильного співвідношення завдань та методів їх досягнення.

Отже, управлінський облік у системі внутрішньогосподарського контролю витрат може використовуватися, по-перше, як джерело даних, необхідних для його проведення, по-друге, як об'єкт внутрішньогосподарського контролю, по-третє, управлінський облік містить у собі окремі контрольні функції та є засобом контролю.

Список використаних джерел:

1. Столяр Л.Г. Внутрішньогосподарський контроль та внутрішній аудит у системі управління підприємством. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип. 4. С. 334–338.

2. Рагуліна І.І. Внутрішній контроль аграрних підприємств – теоретичний та практичний аспекти. *Scientific Collection «InterConf»*, (39): with the



Proceedings of the 8th International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (December 26-28, 2020). Manchester, Great Britain: Peal Press Ltd., 2020. P. 443–449.





НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Ефективність діяльності підприємства значно залежить від ефективності організації бухгалтерського обліку та налагодження інформаційних потоків з метою задоволення питань керівників компанії та її контрагентів (постачальників, банків, партнерів, страхових компаній тощо). Все це потребує постійного вдосконалення фінансового й управлінського обліку, в тому числі й обліку витрат, що можливе в межах дослідження теоретичного та практичного аспектів їх побудови й забезпечується застосуванням системного підходу.

Системний підхід передбачає пізнання законів побудови, поведінки об'єкта дослідження, взаємодії його елементів на всіх рівнях структурної ієрархії, забезпечення цілісності та функціонування об'єкту, а тому поєднує, з одного боку, внутрішні складові проблеми удосконалення фінансового й управлінського обліку, з іншого – підпорядковує облікові рішення системі управління підприємством [1]. При цьому вагомим методологічним запитом організації управлінського обліку на підприємствах є вибір найбільш ефективної моделі обліку витрат, яка забезпечить оптимальне поєднання, збалансованість та узгодженість різних видів існуючих методів і буде максимально адаптованою до вимог системи управління.

Отже, застосування системного підходу до обліку витрат дозволить підприємству своєчасно проаналізувати теоретичні й практичні аспекти діяльності та визначати пріоритетні напрями удосконалення як фінансового, так і управлінського обліку.

Одним із важливих елементів управлінського обліку є організація обліку витрат за центрами відповідальності, яка сприяє реалізації основних функцій системи управління, в тому числі планування, обліку, контролю, аналізу, координації та регулювання, обміну інформацією. На сьогодні проблеми організації обліку витрат за центрами відповідальності залишаються актуальними з огляду на прикладний характер, оскільки необхідно врахувати особливості діяльності кожного окремого підприємства, на якому впроваджується система управлінського обліку. З цією метою пропонуємо застосовувати групування даних управлінського обліку витрат за центрами відповідальності.

Отже, створення ефективної системи управлінського обліку витрат за центрами відповідальності в межах підприємства повинно відбуватися у певній послідовності і включати відповідні заходи.

На першому етапі організації обліку витрат за центрами відповідальності на підприємстві передбачається відокремлення відповідних центрів з ціллю закріплення відповідальності конкретних осіб. При цьому під центром відповідальності традиційно розуміється окремий сегмент підприємства, в



межах якого встановлено особисту відповідальність керівника за результати діяльності його підрозділу. Тому пропонуємо виділити чотири центри відповідальності: відділ закупівлі; відділ складського господарства; відділ збуту; відділ управлінського персоналу.

На другому етапі доцільно встановити персональну відповідальність керівників відповідних підрозділів за результати їх роботи, попередньо згрупувавши центри відповідальності за функціональною ознакою.

На третьому етапі необхідно закріпити витрати за окремими центрами відповідальності. В основу цього процесу покладено принцип контролюваності витрат, згідно з яким витрати центрів відповідальності поділяються на контрольовані і неконтрольовані, а їх керівники несуть відповідальність лише за контрольовані витрати.

Наступними важливими етапами організації обліку за центрами відповідальності є розробка кошторисів витрат для кожного центру та складання внутрішньої звітності про їх виконання з метою оцінки фактичного досягнення запланованих показників, аналізу причин виникнення відхилень реальних витрат від запланованих та встановлення винних осіб, а також для загальної оцінки ефективності діяльності центрів відповідальності [2].

На нашу думку, система внутрішньої звітності підприємства повинна бути максимально простою, уніфікованою, універсальною з точки зору можливості її використання для різних сегментів і часових відрізків та придатною для багатоцільового використання. З огляду на це, доцільно використовувати форми внутрішньої звітності, які доцільно застосовувати для оцінки діяльності запропонованих центрів відповідальності на підприємстві, а саме:

- звіт про виконання кошторису відділу закупівлі;
- звіт про виконання кошторису витрат складського господарства;
- звіт про виконання кошторису відділу збуту;
- звіт про виконання кошторису витрат управління [3].

Останніми етапами організації обліку витрат за центрами відповідальності є проведення оперативного аналізу відхилень дійсних витрат від запланованих, встановлення причин і винних осіб та здійснення оцінки діяльності центру відповідальності та його внеску в загальний результат.

Отже, найвища ефективність системи управлінського обліку на підприємстві буде досягтися лише завдяки оптимальному поєднанню моделі позамовного обліку витрат та запропонованої системи організації обліку витрат за центрами відповідальності.

Також запропонована організаційна структура центрів відповідальності може бути покладена в основу автоматизованого робочого місця (АРМ) працівників.

Отже, пропонуємо застосовувати систему організації обліку витрат за центрами відповідальності в умовах автоматизації. В свою чергу, це забезпечить посилення контролю за діяльністю підрозділів підприємства,



оскільки передбачатиме розмежування доступу до облікової інформації [4]. Так, за допомогою застосування даної системи, керівник підприємства матиме доступ до інформації, необхідної для управління, тобто узагальненої та відповідним чином згрупованої, що міститься у внутрішній та зовнішній звітності. Як головний системний адміністратор, він визначатиме допуск в мережу користувачів та забезпечуватиме між ними належний обмін інформацією. Менеджери відповідних рівнів (керівники центрів відповідальності) будуть контролювати досягнення запланованих показників в межах структурних підрозділів, які вони очолюють, тому повинні мати доступ до інформації реєстрів первинного і зведеного обліку. У свою чергу, фахівці відділів матимуть доступ тільки до інформації первинних та зведених документів. Працівники бухгалтерії контролюватимуть виникнення витрат на стадіях як первинного, так і поточного й підсумкового обліку, що передбачатиме доступ до всієї облікової інформації в межах документообороту, затвердженого головним бухгалтером.

Така організація обліку й контролю витрат спростить та прискорить інформаційні зв'язки менеджерів відповідних рівнів та вищого керівництва, а отже дозволить на всіх етапах просування інформації своєчасно реагувати на виявлені відхилення від запланованих параметрів діяльності та відповідатиме запропонованій організаційній структурі центрів відповідальності.

Ефективний контроль витрат в автоматизованій системі управління підприємством неможливий без раціональної побудови довідників. Довідник структурних підрозділів дає змогу співвідносити витрати й доходи з окремими центрами відповідальності, а тому й обчислювати в такому розрізі фінансові результати.

Таким чином, за допомогою запропонованих удосконалень організації обліку витрат на підприємстві зміниться система бухгалтерського обліку та облікового процесу, підвищиться рівень управління підприємствам, відбудеться якісна й кількісна зміна облікового апарату та його функцій.

Список використаних джерел:

1. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік : навч. посіб. 3-тє вид., перероб. та доп. Житомир : ПП «Рута», 2005. 480 с.
2. Іванюта П. В., Левченко З. М. Внутрішньогосподарський (управлінський) облік у виробничих підрозділах сільськогосподарських господарюючих суб'єктів : навч. посіб. К. : Центр навч. літератури, 2006. 362 с.
3. Котляр І. М., Бержанір І. А. Тенденції розвитку бухгалтерського обліку в Україні. *Актуальні проблеми обліково-аналітичного забезпечення суб'єктів господарювання в умовах сталого розвитку*: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. м. Рівне. Рівне: НУВГП. 2019. С. 49–50.
4. Любар О. О., Григораши М. В. Організаційні основи побудови обліку витрат операційної діяльності на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2018. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=6757> (дата звернення: 12.01.2022).





Бойко О. О., здобувачка вищої освіти
першого бакалаврського рівня
Науковий керівник – **Петришин Л.П.**, д.е.н.,
доцент кафедри обліку, аналізу і контролю
Львівський національний університет ім. Івана Франка

Норець Д. О., здобувачка вищої освіти
другого магістерського рівня
Науковий керівник – **Гоголь Т. А.**, д.е.н.,
професор кафедри бухгалтерського обліку, оподаткування та аудиту
Національний університет «Чернігівська політехніка»

ІНВЕСТИЦІЇ В ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ ЯК НЕВІД'ЄМНИЙ ФАКТОР ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

На сьогоднішній день вже не викликає жодного сумніву той факт, що якісний людський капітал є одним із основних факторів розвитку конкурентоспроможності країни.

Відтак, важливим є, власне, інвестиції в людський капітал. Під якими розуміються вкладення, які у майбутньому здатні збільшити продуктивність праці працівників та сприяють зростанню доходів у майбутньому як окремому індивіду, так і суспільству в цілому.

Варто зауважити, що інвестиціям в людський капітал притаманні свої особливості, чим вони і різняться між собою. Зокрема:

- віддача від інвестицій в людський капітал безпосередньо залежить від терміну життя його носія (від тривалості працездатного періоду). Чим раніше робляться вкладення в людину, тим швидше вони починають давати віддачу;
- людський капітал не тільки схильний до фізичного і морального зносу, але і здатний накопичуватися і множитися;
- в міру нагромадження людського капіталу його прибутковість підвищується до певної межі, обмеженої верхньою межею активної трудової діяльності (активного працездатного віку), а потім різко знижується;
- не всякі інвестиції в людину можна вважати вкладеннями в людський капітал. Наприклад, витрати, пов'язані з кримінальною діяльністю, не є інвестиціями в людський капітал, оскільки суспільно недоцільні і шкідливі для суспільства;
- характер і види вкладень в людину обумовлені історичними, національними, культурними особливостями і традиціями;
- у порівнянні з інвестиціями в інші різні форми капіталу інвестиції в людський капітал є найбільш вигідними як з точки зору окремої людини, так і з точки зору всього суспільства [2].

Сам процес інвестування в людський капітал здійснюється за допомогою двох напрямків: вкладення фінансових коштів і ресурсів та витрати часу і праці. До таких капіталовкладень можна віднести видатки на навчання та підвищення кваліфікації, покращення стану здоров'я і демографічної ситуації в країні,



розвиток комунікативних здібностей людини тощо. Варто зазначити, що основною рушійною силою розвитку людського капіталу є створення ефективної соціальної політики держави. В табл. 1 наведено державне фінансування розвитку людського капіталу.

Таблиця 1

Державні видатки на розвиток людського капіталу в Україні протягом 2018-2021 рр.

Показник	Рік							
	2018		2019		2020		2021	
	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%	тис. грн	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Видатки з Державного бюджету України, всього	1 774 671,05	100	1 303 864,81	100	1 298 827,29	100	250 312,6	100
освіта	587 271,64	33,09	266 080,36	20,41	279 256,78	21,50	63 837,1	25,50
у т. ч. забезпечення функціонування Фонду розвитку інновацій	345 117,00	19,45	64,03	0,005	-	-	-	-
охорона здоров'я	926 248,72	52,19	926 204,46	71,04	936 745,19	72,12	170 505,2	68,12
фізичний та духовний розвиток	261 150,69	14,72	111 579,99	8,56	82 825,32	6,38	15 970,3	6,38

Джерело: складено авторами на основі [1].

Як бачимо, станом на кінець 2021 р. Україна вкладає у розширення та оновлення професійних та кваліфікаційних навичок населення 25,50 % всього виділеного на розвиток людського капіталу бюджету, що майже на 8% менше, ніж було у 2018 р. Тобто спостерігається зниження витрат на освітній процес фахівців і це є негативною тенденцією діяльності держави. Маємо також скорочення частки видатків на фізичний та духовний розвиток населення загалом на 8,34 % протягом 2018-2021 рр. Не важко здогадатися, що причиною даних скорочень є світова пандемія, спричинена вірусом SARS-CoV-2.

В свою чергу, соціальна політика являє собою ряд заходів, методів та інструментів держави, з використанням яких створюються умови для різнобічного розвитку людини, її вмінь та навичок, що в подальшому надає конкурентних переваг власникам цього капіталу на довгостроковий період. Серед основних складових соціальної політики держави можна назвати розвиток соціально-трудова відносин, освітньої системи, сфери охорони здоров'я та духовного розвитку населення, розподіл доходів населення, підвищення рівня соціальної інфраструктури та соціального захисту, проведення заходів щодо збереження навколишнього середовища тощо [3, с. 117].

Зважаючи на те, що основним фактором розвитку соціально-



економічного потенціалу країни є особистість з високим рівнем професійних знань та кваліфікаційних навичок, людина з нормальним психофізичним станом, то основним завданням держави на шляху до формування таких якостей є залучення інвестицій в освітній процес та науку, сфери охорони здоров'я та культурного розвитку населення, що, в свою чергу, забезпечить ефективне і раціональне функціонування людського капіталу як продуктивного чинника розвитку.

Список використаних джерел:

1. Державна казначейська служба України: офіційний веб-сайт. Звітність. URL: <https://www.treasury.gov.ua/ua/file-storage/vikonannya-derzhavnogobyudzhetu> (дата звернення: 07.02.2022).
2. Чекан І.А. Інвестиції в людський капітал та їх ефективність. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2009. №9. С. 152 – 154.
3. Шахно А. Ю. Інвестування в людський капітал як чинник зростання конкурентоспроможності національної економіки. 2021. С. 114 – 119. URL: <http://ds.knu.edu.ua/jspui/bitstream/>





Брік С. В., к.е.н., доцент кафедри
бізнес -аналітики, обліку та готельно-ресторанної справи
Національний технічний університет «Харківський політехнічний Інститут»

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ОБЛІКУ ТОРГІВЛІ АЛКОГОЛЕМ В ЗАКЛАДАХ ГРОМАДСЬКОГО ХАРЧУВАННЯ ТА НАВИНОС

Продаж алкоголю є різновидом роздрібної торгівлі.

Пиво – це насичений діоксидом вуглецю пінистий алкогольний напій із вмістом спирту етилового від 0,5 відсотка об'ємних одиниць, отриманий при бродінні охмеленого сусла пивними дріжджами, що відноситься до товарної групи УКТ ЗЕД за кодом 2203 [2].

Безалкогольне пиво до алкогольних напоїв не належить та класифікується у товарній групі УКТ ЗЕД за кодом 2202 91 00 00 [2]. Тобто таке пиво – звичайний товар.

Вино - це алкогольний напій, виготовлений з винограду, міцність якого отримана внаслідок спиртового бродіння роздавлених ягід або свіжого соку, а при виготовленні вин кріплених підвищується шляхом додавання спирту етилового ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистилляту виноградного спиртного. Фортеця вин може становити від 9 до 20% об'ємних одиниць [3].

Розливати алкогольні напої для споживання на місці можуть лише заклади громадського харчування та спеціалізовані відділи, які мають статус суб'єктів господарювання з універсальним асортиментом товарів [2].

Продаж алкогольних напоїв на розлив навинос (у ПЕТ-пляшки) не передбачає його споживання на місці продажу

Відповідно, підприємства, які здійснюють торгівлю алкоголем навинос, не зобов'язані набувати статусу закладу ресторанного господарства. Їх обмеження на кшталт торгової точки (магазин це чи заклад громадського харчування) не встановлені. Головне — щоб продавець мав роздрібну ліцензію на торгівлю алкоголем, крім випадку продажу столових вин [2].

Вимоги до роздрібної торгівлі наступні.

Торгувати в роздріб (на розлив і навинос) пивом можна лише зі стаціонарних місць реалізації, тобто у торговому приміщенні (будівлі) без обмеження площі. Але таке приміщення обов'язково має бути обладнане РРО/ПРРО [2].

Інший же алкоголь (зокрема вино) можна продавати лише тоді, коли площа торгового приміщення не менша за 20 м².

Продаж пива (крім безалкогольного), алкогольних, слабоалкогольних напоїв та вин столових у невизначених для цього місцях торгівлі забороняється [2].

Якщо пиво/вино, що продається в роздріб, зберігають за тією ж адресою, де їм торгують (так відбувається зазвичай), такий склад не вносять до Єдиного державного реєстру місць зберігання алкоголю. Але якщо склад та місце торгівлі знаходяться за різними адресами, то дані про таке місце зберігання



потрібно вносити до Єдиного реєстру. За недотримання цієї вимоги світить штраф у розмірі 100 % вартості товару, що знаходиться в такому місці зберігання, але не менше ніж 17000 грн [2].

Обмеження з роздрібною торгівлі винами столовими на розлив з тари (посуду) ємністю менше 50 л у тару (посуд) покупця на виніс чинним законодавством не встановлено.

За роздрібну торгівлю алкогольними напоями без ліцензії передбачено штраф у розмірі 200 % вартості партії товару, але не менше 17000 грн [2].

Крім того, посадовцям підприємства загрожує й адміністративний штраф за у розмірі від 200 до 600 нмдг із конфіскацією предметів торгівлі та виручки, отриманої від продаж предметів торгівлі [1].

Щоб торгувати на розлив навинос пивом та вином, потрібно обов'язково мати РРО. Виняток – продаж у роздріб виключно столового вина. Тоді можна обійтися без ліцензії та не використовувати РРО.

У чеках РРО обов'язково вказують десятизначний код УКТ ЗЕД для всіх підакцизних товарів.

Пиво належить до товарної групи УКТ ЗЕД за кодом 2203 [4].

За цим кодом наведено кілька товарних позицій. Пиво із солоду (солодове):

1) у судинах ємністю 10 л або менше: (а) у пляшках (код УКТ ЗЕД 2203 00 01 00) та (б) інші (код УКТ ЗЕД 2203 00 09 00);

2) у судинах ємністю понад 10 л (код УКТ ЗЕД 2203 00 10 00).

Відповідно пиво в кегах ємністю понад 10 л повинно мати код УКТ ЗЕД 2203 00 10 00. Але при продажі пива вроздріб його розливають в іншу тару — ПЕТ-пляшки.

Роздрібний продаж пива та вина на розлив навинос здійснюють виключно у дозволу законодавством тару, включаючи ПЕТ-пляшки [2]. За порушення цієї вимоги передбачається штраф у розмірі 200% вартості реалізованої продукції, але не менше 85000 грн.

Розливають пиво/вино навинос у ПЕТ-пляшки безпосередньо в торговій точці з кегов, упаковки типу Tetra-Pak та Bag in box тощо.

ПЕТ-пляшки є активом – вони мають цінність. Продавати їх можуть як окремий товар та як відповідну тару для алкогольних напоїв навинос.

Класифікують ПЕТ-пляшки як безповоротну тару одноразового використання. Купується така тара роздрібними торговцями окремо від алкогольного напою і після реалізації останнього залишається у покупця.

ПЕТ-пляшки враховують на субрахунку 284 «Тара під товарами», який використовують організації, що займаються торговельною діяльністю та громадським харчуванням [5].

Після продажу алкоголю у ПЕТ-пляшках балансову вартість тари списують до складу витрат на збут: Дт 93 – Кт 284 [5].

Якщо ж ПЕТ-пляшки реалізують як окремий товар, тоді отримані кошти від їх продажу включають у дохід разом із самим алкоголем (Кт 702), а



балансову вартість відносять на собівартість реалізації: Дт902 - Кт 284.

Висновки. Підприємства, які здійснюють роздрібну торгівлю алкогольними напоями навінос, не зобов'язані набувати статусу ресторанного закладу, але повинні мати роздрібну ліцензію на торгівлю алкогольними напоями (крім продажу столових вин).

У чеках РРО/ПРРО обов'язково вказують десятизначний од УКТ ЗЕД для всіх підакцизних товарів - пива та вина теж.

Наразі не передбачено обов'язку вказувати у розрахункових документах цифрове значення штрихового коду марки акцизного податку на алкогольні напої.

Після продажу алкоголю в ПЕТ-пляшках балансову вартість тари списують до складу витрат на збут: Дт 93 - Кт 284.

Якщо ПЕТ-пляшки реалізують як окремий товар, їхню балансову вартість відносять на собівартість реалізації: Дт902 - Кт 284.

Список використаних джерел:

1. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07 грудня 1984 р. № 8073-Х. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/80731-10>

2. Про державне регулювання виробництва та обігу спирту етилового, коньячного та плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального: Закон України від 19 грудня 1995 р. № № 481/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/481/95-%D0%B2%D1%80>

3. Про виноград та виноградне вино: Закон України від 16 червня 2005 р. № № 2662-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/2662-15>

4. Про митний тариф: Закон України від 04 червня 2020 р. № 674-IX URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/card/674-20>

5. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів, затверджені Наказом Міністерства фінансів України від 10 січня 2007 р. № 2 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/card/v0002201-07>



**ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ РОСЛИННИЦТВА**

Одним із важливих чинників, що впливає на належне управління підприємством є використання точної, оперативної та якісної інформації стосовно економічних ресурсів, доходів, витрат й результатів діяльності.

Основними завданнями обліку витрат виробництва і виходу продукції рослинництва є: інформаційне забезпечення адміністрації підприємства для прийняття управлінських рішень; спостереження і контроль за фактичним рівнем витрат порівняно з їх нормативами і плановими розмірами з метою виявлення відхилень та формування економічної стратегії на майбутнє; достовірний облік виходу продукції за її видами з урахуванням якості; обчислення собівартості виготовленої продукції для оцінки готової продукції; виявлення і оцінка економічних результатів виробничої діяльності структурних підрозділів; систематизація інформації управлінського обліку виробничої діяльності для прийняття рішень, які мають довгостроковий характер (окупність виробничих програм, рентабельність продукції, ефективність капітальних вкладень тощо) [1].

Очевидно, що документальне забезпечення є запорукою забезпечення користувачів оперативною та повною інформацією щодо матеріальних, трудових та інших виробничих витрат по структурних підрозділах, кількості та вартості одержаної продукції [3]. Інформаційна база управління виробничими витратами повинна враховувати як зовнішні, так і внутрішні джерела інформації. До перших належить нормативно-правова інформація, а до других – облікова інформація [2].

Нормативно-права інформація включає Конституцію України, закони та кодекси України, укази й розпорядження Президента України, Постанови Кабінету Міністрів України; інструкції, положення, вказівки, методичні рекомендації Міністерства фінансів України, державних адміністрацій, органів місцевого самоврядування та інших органів тощо. Дані нормативні документи мають різний правовий статус, формуючи в загальному чотири рівні регулювання бухгалтерського обліку витрат (табл. 1).

*Таблиця 1***Рівні нормативно-правового регулювання бухгалтерського обліку витрат діяльності**

Рівні нормативно-правового регулювання обліку основних засобів	
I рівень. Кодекси, закони	
Цивільний, Господарський та Податковий кодекси	Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні»





Ріні нормативно-правового регулювання обліку основних засобів	
II рівень. Стандарти бухгалтерського обліку	
МСФЗ 1 «Представлення фінансової звітності», МСФЗ 2 «Запаси»	НП(с)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», П(с)БО 16 «Витрати»
III рівень. Інструкції, методичні вказівки	
Інструкції та положення Міністерства фінансів України	
IV рівень. Внутрішні документи	
Наказ про облікову політику в частині витрат діяльності	Статут (Установчий договір)

Облікову інформацію для потреб управління витратами доцільно згрупувати наступним чином:

1. Первинні документи, які фіксують факт здійснення витрат.

Залежно від понесених витрат на виробництво продукції рослинництва, первинні документи, які посвідчують їх факт, узагальнено у табл. 2.

Таблиця 2

Узагальнення первинних документів, які посвідчують факт витрат на виробництво продукції рослинництва [2]

Статті витрат	Документ
Витрати на оплату праці	Табель обліку робочого часу, наряд на відрядну роботу, обліковий лист машиніста – тракториста, подорожні листи, обліковий лист праці та виконаних робіт, розрахунково-платіжна відомість
Відрахування ЄСВ	Розрахунково-платіжна відомість та інші реєстри бухгалтерського обліку по розрахунках з оплати праці
Паливо-мастильні матеріали	Накладна внутрішньогосподарського призначення, лімітно-забірна картка, подорожні листи вантажного, легкового автомобіля, трактора, автобуса, обліковий лист тракториста-машиніста тощо
Насіння та посадковий матеріал	Накладна внутрішньогосподарського призначення, лімітно-забірна картка, Акт на списання насіння та посадкового матеріалу
Засоби захисту рослин Добрива	Накладна внутрішньогосподарського призначення, Акт на використання мінеральних, органічних і бактеріальних добрив, пестицидів і гербіцидів
МШП	Накладна внутрішньогосподарського призначення, акт на списання малоцінних та швидкозношуваних предметів та господарського інвентарю
Роботи та послуги	власних виробництв: Подорожні листи вантажного, легкового автомобіля, трактора, обліковий лист тракториста-машиніста, обліковий лист праці та виконаних робіт тощо сторонніх організацій: Акт приймання-передачі виконаних робіт, рахунок-фактура, звіт про використання води, тепла, електроенергії
Амортизація	Відомість нарахування амортизації
Загально-виробничі витрати	Розрахунок бухгалтерії

Оприбуткування урожаю від зернових, олійних культур можна здійснювати декількома варіантами.

I. Путівка на вивезення продукції з поля, реєстр приймання зерна вагарем, відомість руху зерна.



II. Реєстри відправлення зерна та іншої продукції з поля, реєстр приймання зерна вагарем, відомість руху зерна.

III. Талони шофера та талони комбайнера, Журнал обліку виданих талонів, Реєстр приймання зерна від водія, реєстр приймання зерна вагарем, відомість руху зерна.

2. Регістри аналітичного та синтетичного обліку. Для обліку виробництва продукції рослинництва передбачено ведення Звіту № 5.5 с.-г. про витрати та вихід продукції основного виробництва. Показники Звіту № 5.5 с.-г. за кредитом аналітичних рахунків виробництв переносяться у Зведену відомість № 5.10 с.-г. до Журналу-ордеру № 5 В с.-г. в межах галузей виробництв та структурних підрозділів.

Підсумки Зведеної відомості № 5.10 с.-г. з деталізацією сум за синтетичними рахунками (субрахунками) переносять до Журналу-ордеру № 5 В с.-г.

3. Звітність підприємств. Підсумовують облікову інформацію в кінці звітних періодів на статтях фінансової звітності. Інформація про облік витрат та доходів операційної діяльності відображається у Звіті про фінансові результати (Звіті про сукупний дохід) (ф. № 2) та Примітках до фінансової звітності (ф. № 5).

Отже, найголовнішою перевагою облікової інформації є те, що вона виконує три основні вимоги: тимчасовість, якість і кількість. Саме вони визначають важливість бухгалтерського обліку для інформаційного забезпечення системи управління. Тимчасовість облікової інформації полягає в тому, що збирання інформації відбувається регулярно) у строки бухгалтерської і статистичної звітності), або епізодично (у разі потреби). Якісний показник говорить сам за себе, адже від нього залежить позитивний результат майбутніх дій керівника. Кількість визначає той обсяг облікової інформації, при якому можливо зробити певні висновки або прийняти вірне рішення. Належна організація документування витрат підвищує його роль для одержання достовірної інформації для прийняття економічно обґрунтованих рішень та є базою для калькуляції собівартості.

Список використаних джерел:

1. Первинний облік у сільськогосподарських підприємствах: навч. посіб. для здобувачів вищої освіти закладів вищої освіти. / За ред. В. Я. Плаксієнка., 2020. 440 с.

2. Управлінський облік : навч. посіб. за заг. ред. Плаксієнка В. Я. Полтава: ПП «Астра», 2018. 250 с.

3. Лега О.В., Омельченко С.Д. Інформаційне забезпечення обліку витрат виробництва продукції рослинництва. *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали III Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 17-19 березня 2021 р. Ч. 1. Львів: ЛНАУ, 2021. С. 384 – 387. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10902/1/Лега_Омельченко.pdf





Гнатишин Л. Б., д.е.н, професор,
завідувач кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування

ДЕКОМПОЗИЦІЯ ТЕХНОЛОГІЇ ПЕРЕРОБКИ МОЛОКА У СИСТЕМІ ІНСТРУМЕНТАРІЮ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Ефективна організація технологічного процесу на молокопереробних виробництвах значною мірою залежить від належно налагодженої системи обліку та обліково-аналітичного забезпечення діяльності підприємства загалом. Водночас важливим є дотримання стандартів та санітарних умов при переробці молока. Розглянемо окремі нормативно-правові положення, що стосуються переробки молока.

Згідно із Законом № 1870-IV «Про молоко і молочні продукти» від 24.06.04 р. під молочною сировиною розуміють молоко, котре попередньо підлягало фізичному обробітку (охолодженню, підігріванню, фільтрації). Також до молочної сировини належать молочні продукти, які містять лише складники молока (знежирене молоко, вершки тощо) й надалі будуть використовуватись для виробництва іншої продукції. Формування коров'ячого молока як сировини на молокопереробних підприємствах нині відбувається згідно з вимогами таких стандартів: до 1 січня 2019 року – ДСТУ 3662:2015 «Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови»; з 1 січня 2019 року – ДСТУ 3662:2018 «Молоко-сировина коров'яче. Технічні умови»; з 1 липня 2018 року до 1 січня 2020 року – п. 3.4, 3.9 ДСТУ 3662-97 «Молоко коров'яче незбиране. Вимоги при закупівлі», відтак до 1 січня 2020 року можна було приймати для переробки молоко другого гатунку.

Згідно з чинними вимогами стандартів під час закупівлі молока виділяють кілька об'єктів обліку: фізична маса, кількість жиру, кількість білка, у розрізі екстра, вищого, першого та другого гатунків. Органічне молоко виокремлюють іншим об'єктом обліку. Виробництво органічного молока здійснюється згідно з постановою КМУ від 30.03.16 р. № 241 «Детальні правила виробництва органічної продукції (сировини) тваринного походження». При цьому сільськогосподарський товаровиробник повинен мати сертифікат відповідності України або держав ЄС. Окрім якісних параметрів, для обліку молока також використовують натуральні одиниці, зокрема фізичну масу і кілограмах, центнерах, тонах. В окремих випадках за допомогою молокомірів для виміру молока в літрах, тобто в об'ємних одиницях, за допомогою відповідної формули можна здійснити перерахунок молока в одиниці маси.

Отож, молоко як сировину одержують за результатами біологічного перетворення у тваринництві на сільськогосподарських підприємствах. Для забезпечення дотримання вимог стандартів сільськогосподарський товаровиробник зобов'язаний забезпечити вимоги первинної обробки молока, зокрема його очищення від механічних домішок, охолодження та зберігання за низької температури, транспортування. Важливо, щоб для первинної обробки



молока у сільськогосподарського товаровиробника було спеціально обладнане приміщення – молокозливна для приймання, дослідження і очищення молока; мийна – для миття, сушіння, дезінфекції і зберігання молочного посуду та доїльної апаратури.

Якщо ж сільськогосподарський товаровиробник також займається переробкою молока, то для цього потрібно мати окремі спеціальні приміщення – цехи для виготовлення молочної продукції і спеціальне приміщення для аналізу молока. Основним призначенням молочних цехів, які відкривають сільськогосподарські товаровиробники, є: першочергове забезпечення високої якості видоєного молока і загалом покращення ведення галузі молочного скотарства; виготовлення якісної молочної продукції (організація крафтового виробництва молочної продукції) для забезпечення споживачів якісними продуктами харчування та для підвищення конкурентоспроможності дрібних сільськогосподарських товаровиробників.

Технологія виготовлення молочних продуктів є складним комплексом різноманітних і специфічних технологічних процесів. Для виготовлення питного молока та кисломолочних продуктів у технологію включають усі компоненти молока. Вершки, сметана, кисломолочний сир, масло, тверді сири виробляють з використанням окремих компонентів молока. Виготовлення сухих молочних продуктів, морозива та молочних консервів пов'язане із використанням сухого молока. Із вторинної молочної сировини виготовляють харчовий та технічний казеїн, молочний білок, молочний цукор, замінник незбираного молока, згущену молочну сироватку.

Із організацією переробки молока у фермерському господарстві пов'язане поняття «валоризація». Це поняття інтерпретують із сукупністю етапів виробництва, які впливають на штучне підвищення ціни продовольства. Оскільки сьогодні фермерські господарства особливо гостро відчувають загострення конкуренції із агрохолдингами, організація переробки сільськогосподарської продукції в межах господарства є одним із шляхів збільшення доданої вартості молочної продукції. У такому випадку фермери повинні відчувати очевидну перевагу, оскільки валоризація є передумовою зростання конкурентоспроможності та збільшення прибутковості фермерських господарств.

Показник доданої вартості (ДВ) формується у системі бухгалтерського обліку фермерських господарств і складається з таких елементів: амортизація основних засобів та інших необоротних активів (А), заробітна плата персоналу (ЗП), прибуток (П), орендна плата за землю (ВС). Сума усіх цих компонентів становить величину доданої вартості продукції, яка виготовлена у конкретному звітному періоді:

$$\text{ДВ} = \text{А} + \text{ЗП} + \text{СВ} + \text{П} + \text{ВС}$$

Обґрунтованість та точність калькуляційних розрахунків є ключовою



передумовою об'єктивності низки значущих показників економічної діяльності суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом і переробкою сільськогосподарської продукції.

Собівартість одиниці молочної продукції – це відношення суми витрат, що були здійснені під час переробки молока, до обсягу виробленої та оприбуткованої молочної продукції конкретного виду. Одиницею калькулювання молочної продукції є 1 кг. Порядок калькулювання молочної продукції значною мірою залежить від особливостей технологічного процесу переробки молока.

Одержану в процесі переробки молока молочну продукцію поділяють на основну і супутню. У промисловій переробці молока основною продукцією є вершки, масло, йогурт, сир кисломолочний та сир твердий. До супутньої продукції належать молочні відвійки або маслянка, а також сироватка. Тому, в основі калькулювання собівартості молочної продукції лежить розподіл витрат за окремими видами одержаної молочної продукції. Супутню продукцію промислової переробки молока частково використовують в інших технологічних етапах переробки молока, а також використовують для випоювання телят, тобто як корм у тваринництві.

На даний момент сільськогосподарські формування, які здійснюють переробку власно виробленої сільськогосподарської продукції в межах своїх господарств, при обчисленні фактичної собівартості, у нашому випадку молочної продукції, керуються Методичними рекомендаціями з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості із змінами та доповненнями, затвердженими наказом Міністерства промислової політики України від 09.07.2007р. №373 [1].

Якщо господарства не здійснюють виробництва під конкретні замовлення покупців, то собівартість молочної продукції визначають наприкінці місяця. Вироблена молочна продукція відвантажується покупцям з якими укладено договори з відтермінуванням оплати. Відтак наприкінці місяця сума до оплати коригується згідно з розрахунками фактичної собівартості виробленої та оприбуткованої продукції.

Оприбуткування готової молочної продукції у бухгалтерському обліку проводять у такій кореспонденції бухгалтерських рахунків: дебет рахунку 26 «Готова продукція» та кредит рахунку 233 «Переробка молока». Записи оприбуткованої готової продукції здійснюють на відповідних аналітичних рахунках в оцінці за фактичною собівартістю. Оцінка оприбуткованої молочної продукції за фактичною собівартістю забезпечує дотримання принципів вимірювання в бухгалтерському обліку.

Водночас традиційне калькулювання, результати якого впливають на ціноутворення, не гарантує того, що покупці погодяться заплатити таку ціну за молочну продукцію. Тому серед важливих завдань є модифікувати методики обліку витрат і калькулювання собівартості молочної продукції з метою досягнення бажаної економічної вигоди, збільшення кількості покупців та їх



максимального задоволення.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з формування собівартості продукції (робіт, послуг) у промисловості із змінами та доповненнями: Наказ Міністерства промислової політики України від 09 червня 2007р. №373. URL: <http://uazakon.com>.





Грабовська Н.В., здобувач вищої освіти,
СВО бакалавр ОПП Економіка,
Науковий керівник – **Задніпровський О.Г.**, к.е.н,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Державний торговельно-економічний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ПРАЦІ ТА ЇЇ ОПЛАТИ

У ринковій економіці заробітна плата зазнала певних змін, які залежать не тільки від результатів праці робітників, але й від ефективності виробничого підрозділу. Роль і значення бухгалтерського обліку зросла, зокрема, з переходом на ринок, розширенням міжнародних економічних відносин та прийняттям Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [2], який заклав юридичну основу бухгалтерського обліку та фінансової звітності, правила міжнародної конвенції, що застосовуються до зовнішніх та внутрішніх користувачів.

За сучасних умов, коли компанії самостійно встановлюють форму і систему заробітної плати, умови преміювання, кількість працівників та склад, роль бухгалтерії зростає.

Подальше реформування заробітної плати та її обліку має здійснюватися:

- шляхом підвищення ціни робочої сили, встановлення єдиних регуляторів і рівноцінних умов відтворення робочої сили збільшення тарифної складової у заробітній платі;

- підвищенням частки мінімальної заробітної плати у середній заробітній платі, удосконалення механізму державно-договірного регулювання заробітної плати;

- встановленням так званого «гнучкого тарифу», який сприятиме підвищенню ефективності стимулювання працівників;

- вибором методів і способів обліку, адаптованих до специфічних особливостей заробітної плати та особливостей фінансового-господарської діяльності підприємства, технології виробництва та управління;

- формуванням оптимальної за складом та обсягом облікової інформації, яка забезпечить реалізацію завдань, поставлених перед обліком заробітної плати;

- розробленням та запровадженням удосконалених форм носіїв облікової інформації, найбільш адаптованих до структури, змісту та характеру облікової інформації;

- удосконаленням аналітичного обліку;

- зменшення кількості документації шляхом упровадження накопичувальних документів;

- змодельюванням відомості складу персоналу підприємства, де основні показниками є: середньоспискова чисельність; прийнято та вибуло і/ в штат працівників; структура персоналу; коефіцієнт плинності кадрів; коефіцієнт обороту за прийомом; коефіцієнт обороту за вибуттям працівників; коефіцієнт відповідності кваліфікації працівника до складності робіт; рівень дисципліни



працюючих;

- складанням відомості стану кредиторської заборгованості з оплати праці працівників за певні періоди часу.

Комп'ютеризація обліку заробітної плати дозволить не тільки вирішити проблему вдосконалення форми бухгалтерського обліку, а й вирішить проблему своєчасності погашення боргу, пов'язаної з виплатою заробітної плати; значно полегшує роботу бухгалтера, виключає можливість помилок, які можуть виникнути при ручних розрахунках, забезпечуючи тим самим правильність розрахунків заробітної плати працівників та розрахунків обов'язкових виплат до фондів та бюджету.

Заробітна плата повинна безпосередньо залежати від результатів праці, впливати на її результати, стимулювати розвиток виробництва, підвищувати ефективність та збільшувати кількісні та якісні результати праці. Останнім часом із різних причин заробітна плата в Україні фактично втратила ці функції, що не може ефективно впливати на процес, пов'язаний зі спадом виробництва, і певною мірою заважає стабільності економіки. Система заробітної плати містить особливості трудового процесу, завдання, які поставлені перед відповідним робочим місцем, а також професією і кваліфікацією робітника. Оплата праці залежить не тільки від результатів праці робітників, але також і від ефективної діяльності виробничих підрозділів.

Необхідно звертати особливу увагу на мотиваційні заходи в організації та стимулюванні праці на підприємстві, серед яких значного розповсюдження набули преміювання, доплати й надбавки. При заохочуванні працівників, які здійснюють функції управління, треба враховувати ініціативність, організаторські здібності, оперативність, об'єктивність, здатність мислити перспективно, бачити невикористані резерви, спроможність узагальнювати, аналізувати, творчо усвідомлювати застосовувати на практиці досягнення науки й техніки. Тому рекомендується перерахувати заробітну плату менеджерів, службовців та експертів у контрактні форми, щоб ви могли залучити та утримати найбільш кваліфікованих та креативних фахівців, гнучко регулювати чисельність та склад управлінського персоналу [6].

Одним із шляхів удосконалення обліку оплати праці є вдосконалення саме аналітичного обліку. Аналітичний облік відіграє вирішальну роль у зборі інформації про відпрацьований та невідпрацьований час, склад працівників, структуру фонду оплати праці виконання норми працівником. Дану інформацію щодо витрат на оплату праці необхідно відображати за такими статтями калькуляції: основна заробітна плата, додаткова оплата праці, інші нарахування та виплати працівникам.

З метою покращення інформації з розрахунків за виплатами працівникам для аналізу та прийняття управлінських рішень треба впровадити ряд субрахунків до рахунку 66 «Розрахунки з оплати праці», що дозволить підприємству вести облік за виплатами, які не входять до фонду оплати праці на окремому рахунку та надасть більш детальну інформацію. Також потрібне



впровадження формування забезпечення майбутніх витрат на оплату відпусток, що дає підприємству можливість постійно підтримувати величину фактичної собівартості продукції (робіт, послуг) на плановому рівні, уникати її стрімких коливань та рівномірно розподіляти витрати на оплату відпусток протягом звітного року, що в свою чергу стабілізує стан підприємства в цілому.

Враховуючи викладене вище, вважаємо за доцільне розширити аналітичні рахунки до рахунка 66 «Розрахунки за виплатами працівникам». У таблиці 5.1. пропоновані аналітичні рахунки для обліку розрахунків за виплатами працівникам наведена класифікація аналітичних рахунків сприятиме можливості отримання управлінським персоналом оперативної інформації конкретних ситуацій.

Таблиця 1

Пропоновані аналітичні рахунки для обліку розрахунків за виплатами працівникам*

Рахунок	Шифр аналітичного рахунка	Назва аналітичного рахунка
66 «Розрахунки за виплатами працівникам»	6611	Розрахунки за окладами і тарифами
	6612	Інші нарахування
	6613	Виплати за невідпрацьований час працівників
	6614	Премії
	6615	Інші заохочувальні виплати працівникам
	6616	Комісійні винагороди
	6617	Оплата при звільненні
	6618	Розрахунки за відпустками
	6619	Оплата по закінченню трудової діяльності працівника

*Джерело: сформовано автором за [5].

Враховуючи наявні проблеми та пропозиції вдосконалення обліку, доцільно у наказі про облікову політику вказати на методи ведення обліку розрахунків із працівниками, зокрема обґрунтувати вибір форм оплати праці, виокремити чинники підвищення продуктивності праці; відкоригувати графік документообігу щодо первинного відображення відпрацьованого часу та виконаних робіт працівниками підприємства, де вказати виконавців та строки складання документів, які пов'язані з обліком оплати праці, що сприятиме розподілу функцій між адміністративним персоналом вищої та середньої ланок.

Список використаних джерел:

1. Макаренко А.П., Меліхова Т.О., Подмешальська Ю.В., Чакалова Н.С. Бухгалтерський облік: навч. метод. посібник. Запоріжжя: ЗДІА, 2018. 602 с.
2. Про бухгалтерський облік і фінансову звітність: Закон України № 996 від 16 липня 1999 р. (зі змінами та доповненнями). URL : <http://zakon1.rada.gov.ua>
3. Про оплату праці: Закон України № 108/95-ВР від 24 травня 1999 р. (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95>
4. Кодекс Законів про Працю (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08>.



5. Покатаєва О.В., Кошулинська Г.О. Шляхи вдосконалення системи оплати праці на підприємстві. *Держава та регіони*. 2015. № 3. С. 139 - 141.

6. Конвенція МОП №95 «Охорона заробітної плати». URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/993_146#Text

7. П(С)БО 26 «Виплати працівникам» (зі змінами та доповненнями). URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1025-03>





Гулак Б.Ю., Стадніченко Л.Р.,

здобувачі освіти ОПР молодший спеціаліст,
ОПП Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
Науковий керівник – **Кухта К.О.**, к.е.н, викладач вищої кваліфікаційної
категорії, викладач циклової комісії
обліково-фінансових дисциплін, методист,
ВСП «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж ПДАУ»

ФІНАНСОВІ ІНВЕСТИЦІЇ: ОСОБЛИВОСТІ ОБЛІКУ

Фінансове інвестування є процесом забезпечення зростання капіталу інвестора за рахунок операцій з цінними паперами та корпоративними правами, відмінними від цінних паперів.

Загальні аспекти

Методологічні засади бухгалтерського обліку фінансових інвестицій та відображення інформації про них у фінансовій звітності встановлено НП(С)БО 12. Окремі фінансові інвестиції обліковуються з урахуванням норм НП(С)БО 13.

Для підприємств, що складають фінансову звітність за міжнародними стандартами, відображення інвестицій у звітності регулюється МСФЗ 10, МСФЗ 12, МСБО 27, МСБО 28, а також застосовуються положення МСФЗ 7, МСФЗ 9 та МСБО 39.

Відповідно до НП(С)БО 13 фінансові інвестиції – активи, які утримуються підприємством з метою збільшення прибутку (відсотків, дивідендів тощо), зростання вартості капіталу або інших вигід для інвестора.

Класифікація інвестицій

Усі інвестиції можна класифікувати за такими основними критеріями: термін перебування як активу і мета утримання, а також предмет інвестиції.

Залежно від терміну перебування як активів підприємства фінансові інвестиції поділяються на:

- довгострокові фінансові інвестиції, які відображаються у складі необоротних активів Балансу (Звіту про фінансовий стан);
- поточні фінансові інвестиції, інформація про які відповідно включається до розділу з оборотними активами Балансу (Звіту про фінансовий стан). Особливим видом поточних фінансових інвестицій є еквіваленти грошових коштів [1].

Чіткого визначення, які інвестиції слід вважати довгостроковими, а які поточними, НП(С)БО не містять. Проте НП(С)БО 1 дає визначення оборотних та необоротних активів:

- оборотні активи – гроші та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом 12 місяців з дати балансу;
- необоротні активи – всі активи, що не є оборотними.

Тому обґрунтованим з точки зору НПБО 1 є підхід до інвестицій, наведений у пунктах 2.12 та 2.34 Методрекомедацій № 433:



- довгострокові фінансові інвестиції – фінансові інвестиції на період більше одного року, а також усі інвестиції, які не можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент [4];

- поточні фінансові інвестиції – фінансові інвестиції на строк, що не перевищує один рік, які можуть бути вільно реалізовані в будь-який момент (крім інвестицій, які є еквівалентами грошових коштів), а також сума довгострокових фінансових інвестицій, що підлягають погашенню протягом 12 місяців з дати балансу.

Відповідно до НПБО 1 еквіваленти грошових коштів (грошей) – короткострокові високоліквідні фінансові інвестиції, які вільно конвертуються у певні суми грошей і характеризуються незначним ризиком зміни вартості.

До кожного з вищенаведених видів інвестицій можуть належати інвестиції, які класифікуються залежно від об'єктів інвестування:

- інвестиції в інструменти капіталу (акції, частки у капіталі, відмінні від акцій, паї);

- інвестиції у боргові інструменти (облігації та подібні);

- інвестиції у похідні інструменти.

Кожну категорію інвестицій можна кваліфікувати залежно від мети її придбання: для перепродажу, утримання до погашення (боргові інструменти) або утримання безстроково (інструменти капіталу).

Інвестиції, які за своєю суттю є довгостроковими, але придбані для перепродажу протягом 12 місяців або такі, що можуть бути продані у будь-який момент, слід обліковувати як поточні інвестиції.

Таким чином, ключовим елементом при кваліфікації інвестиції є мета її використання.

Залежно від рівня впливу інвестора на підприємство, інструменти капіталу якого було придбано, НП(С)БО 12 та НП(С)БО 13 розрізняють такі види фінансових інвестицій:

- інвестиції в асоційовані підприємства;

- інвестиції у дочірні підприємства;

- інвестиції у спільну діяльність [1].

Як зазначалося, предметом цієї статті є відображення в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності інвестицій саме в асоційовані та дочірні підприємства, тому розглянемо це детальніше.

Інвестиції в асоційовані та дочірні підприємства

Відповідно до п. 4 ПБО 23 асоційоване підприємство – підприємство, на яке інвестор має суттєвий вплив і яке не є дочірнім або спільним підприємством інвестора.

Визначення суттєвого впливу наведено в п. 3 НП(С)БО 12: суттєвий вплив – повноваження брати участь у прийнятті рішень з фінансової, господарської та комерційної політики об'єкта інвестування без здійснення контролю цієї політики. Свідченням суттєвого впливу, зокрема, можуть бути:

- володіння 12 або більше відсотками акцій (статутного капіталу)



підприємства;

- представництво в раді директорів або аналогічному керівному органі підприємства;

- участь у прийнятті рішень;

- взаємообмін управлінським персоналом;

- забезпечення підприємства необхідною техніко-економічною інформацією.

Таким чином, якщо інвестор має частку в статутному капіталі іншого підприємства, що становить 20 та більше відсотків, проте не досягає рівня, коли він уже здійснює контроль над підприємством, то таке підприємство можна вважати асоційованим. При цьому наявність частки у статутному капіталі не менше 20 % є не єдиною ознакою суттєвого впливу: навіть якщо інвестор володіє акціями (голосуючими) іншого підприємства у розмірі меншому, ніж 20 %, проте впливає на прийняття рішень такого підприємства, то такі відношення теж є ознакою наявності інвестиції в асоційоване підприємство.

Визначення дочірнього підприємства наведено у п. 4 НП(С)БО 19. Зокрема, дочірнє підприємство – підприємство, яке перебуває під контролем материнського (холдингового) підприємства. У свою чергу, материнське (холдингове) підприємство – підприємство, яке здійснює контроль дочірніх підприємств.

Під контролем відповідно до НП(С)БО 19 слід розуміти вирішальний вплив на фінансову, господарську і комерційну політику підприємства або підприємництва з метою одержання вигід від його діяльності.

Відповідно до п. 6 цього НП(С)БО у разі придбання контрольного пакета акцій (капіталу) іншого підприємства покупець починаючи з дати придбання повинен відображати придбані акції (частку в капіталі) у складі фінансових інвестицій.

Оскільки відповідно до п. 4 НП(С)БО 23 особи, стосунки між якими обумовлюють можливість однієї сторони контролювати іншу або здійснювати суттєвий вплив на прийняття фінансових і оперативних рішень іншою стороною, є пов'язаними сторонами, то компанія, яка має інвестиції в асоційовані або дочірні підприємства, є по відношенню до таких підприємств пов'язаною стороною [3].

Аналітичний облік за рахунком 14 «Довгострокові фінансові інвестиції» ведеться за видами довгострокових фінансових вкладень та об'єктами інвестування. При цьому побудова аналітичного обліку повинна забезпечити можливість отримання інформації про довгострокові фінансові вкладення в об'єкти як на території країни, так і за кордоном.

Аналітичний облік за рахунком 35 «Поточні фінансові інвестиції» ведеться за видами фінансових інвестицій із забезпеченням можливості отримання інформації про інвестиції як на території країни, так і за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Національного положення (стандарту)



бухгалтерського обліку 12 «Фінансові інвестиції». Наказ Міністерства фінансів України № 91 від 26 квітня 2000 р. *Верховна Рада України*. URL:<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-00#Text> (дата звернення 17.02.2022)

2. Про затвердження Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 23 «Розкриття інформації щодо пов'язаних сторін» Наказ Міністерства фінансів України № 303 від 18 червня 2001 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0539-01#Text> (дата звернення 17.02.2022)

3. Фінансові інвестиції: визначення, застосування, облік URL: <https://i.factor.ua/journals/bb/2017/june/issue-24/1/article-28530.html> (дата звернення 17.02.2022)

4. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо заповнення форм фінансової звітності Наказ Міністерства фінансів України №433 від 28 березня 2013 р. *Верховна Рада України* URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv#Text> (дата звернення 17.02.2022)





Гурова К. В., здобувачка вищої освіти,
СВО бакалавр ОПП Менеджмент,
Науковий керівник – **Муковіз В. С.**, к.е.н,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Державний торговельно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ПРИНЦИПУ ПРЕВАЛЮВАННЯ СУТНОСТІ НАД ФОРМОЮ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Найкраща світова практика бухгалтерського обліку формалізується в Міжнародних стандартах фінансової звітності (IFRS). Багато країн світу адаптували їх у своєму нормативно-правовому полі. Міністерство фінансів України 30 червня 2017 р. опублікувало україномовний переклад міжнародних стандартів фінансової звітності, а також і стандарти бухгалтерського обліку.

Цілісність системи бухгалтерського обліку визначається і забезпечується низкою принципів у їх взаємодії та взаємообумовленості. Серед десяти якісних характеристик фінансової звітності саме принцип превалювання сутності над формою (англ. Substance over form) є одним із основних принципів сучасного міжнародного оподаткування і міжнародних стандартів фінансової звітності та бухгалтерського обліку.

Ідея принципу належить англо-американській обліковій школі. Офіційно ця концепція закріпилася в 1970 р., коли в США прийняли документ «Фундаментальні концепції і принципи бухгалтерського обліку», де зазначалося, що «фінансова звітність має відображати економічну сутність операцій і подій незалежно того, якою є їх юридична форма». Зараз цей принцип діє переважно у міжнародних угодах про уникнення подвійного оподаткування доходу або капіталу [1].

В українському праві такі принципи описані у ст. 4 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16 липня 1999 р., а з 1 січня 2019 р. набрав чинності Закон України №2628, де, зокрема, імплементовано принцип превалювання сутності над формою в рамках внутрішнього законодавства України щодо трансфертного ціноутворення.

Сенс вимоги пріоритету змісту перед формою - показувати в бухгалтерській звітності реальну картину економічного стану. Професійний бухгалтер аналізує господарську операцію, її реальні економічні наслідки і правдиво відображає на рахунках обліку, тобто, відповідно до її сутності, а не лише з огляду юридичної форми (наприклад, придбання векселя можна розглядати як фінансову інвестицію, кредитну операцію, розрахункову операцію, та залежно від цього, відображати в обліку зазначених операцій).

Сутність операцій та інших подій не завжди відповідає тому, що впливає з їхньої юридичної чи встановленої форми. Тобто, у разі недотримання цього принципу вважається, що користувача такої інформації введено в оману.

Так, якщо фірма уклала із фізичною особою Договір купівлі-продажу певних товарів, то такий Договір і має бути Договором купівлі-продажу товарів, а не Договором дарування. Чому дарування? Трапляється, що фірми



продають товари у кредит, а потім борг фізичних осіб прощають. Фактично, за юридичною формою це є Договором купівлі-продажу, а за сутністю – Договором дарування (якщо, звичайно, фірма простить борг). Чому це важливо? Тому що, за договором дарування у фірми виникають втрати, а за договором купівлі-продажу виникає – дебіторська заборгованість. Тобто, фірма припускає, що отримає ці гроші (дебіторську заборгованість) і на підставі врахування цих гіпотетичних грошей планує свою діяльність.

На думку авторитетного вченого-економіста Ярослава Соколова існує дві так звані мантиї фактів господарського життя - економічна та юридична.

Він наводить такий приклад різниці між економічною та юридичною мантиями: У фірми дебіторська заборгованість становить 600тис., але повернуть, швидше за все, 400тис. Постає питання, в балансі слід показати 600тис. чи 400тис? Відповідь: і так, і так правильно. В економічних шарах – 400тис., а в юридичних - завжди 600тис [2].

Інший приклад: Якщо фірма продала предмет у кредит, в економічних шарах прибуток виникає лише після отримання грошей, а в юридичних – одразу після переведення права власності. Тому в економічних балансах буде збиток, а в юридичних прибуток.

Все, що вами буде відображено у бухгалтерському обліку має бути реальним, тобто таким, що дійсно відбулося. Наприклад, ви не можете відобразити, що придбали акції Tesla, навіть якщо вам дуже хочеться залучити інвесторів. Або (інший приклад), якщо в первинних документах вказано, що ви таки придбали ці акції, а насправді: ви лише придбали 7 олівців за дорожньою ціною – принцип буде порушено.

Дві площини принципу. Вони виникають на практиці, в залежності від позиції консультанта з бухгалтерського обліку та правника.

Площина № 1 – бухгалтерська. Якщо ви придбали товар, а продавець не надає вам первинних документів (в першу чергу видаткову накладну або акт прийому-передачі товару), то ви можете сміливо відображати надходження товару у бухгалтерському і, як наслідок, податковому обліках. Дійсно, це – приклад правила превалювання сутності над формою в дії: господарська операція реально відбулася – відображаємо її у обліку. Однак, не поспішайте втілювати таку пораду в реальність. Чому? Через другий аспект принципу.

Площина № 2 – правова. Справа у тім, що правники прискіпливіше ставляться до «папірців». Ви не можете відобразити в бухгалтерському обліку придбання товару, яке не оформлено відповідним первинним документом. В той же час, правники, беруть до уваги правило превалювання сутності над формою і вказують на те, що саме по собі оформлення і отримання видаткової накладної, без можливості продавцем постачання товару, не є підставою для формування отримання товару в бухгалтерському обліку [3].

Тобто, утворюється таке собі замкнуте коло. Що ж робити?

В першу чергу – ніколи не відображати якусь господарську операцію, на яку є «папери» і яка фактично не відбулася.



Друге, треба з'ясувати, що то за господарська операція. Звісно, податкова може трактувати таку господарську операцію, як безоплатне отримання товару, але ж є принцип превалювання сутності над формою, який дозволяє оприбуткувати товар, який ви придбали. І тут пам'ятайте про документи щодо оплати такого товару: якщо їх немає – суд може стати на бік податківців.

І ще такий свіжий приклад як працює тіньова схема і підміна понять.

У квітні 2020 р. чималий резонанс спричинила інформація про мільярдні втрати бюджету України від так званих «скруток» (близько 60 млрд. гривень на рік). «Скрутка» полягає в уникненні від сплати 20% ПДВ. По суті, ця схема забезпечує повернення ПДВ за товар, з якого не сплатили податків. Це може бути контрабанда або просто якийсь «лівий» неврахований товар, наприклад, зерно, сигарети, алкогольні напої тощо. Продавці такого товару просто купують документи про сплату ПДВ у підприємств, які продали товар за готівку на ринку або через торговельні точки без касових апаратів – вони відшкодували ПДВ за рахунок покупців, а документи для повернення ПДВ не використали. Після цього йде скрутка: наприклад, реальне зерно скручують за документами з якимось іншим товаром. В результаті, за це зерно не платиться ПДВ. Бюджет втрачає податки через неналежний облік та відшкодовує ПДВ шахраєві [4].

Як бачимо з наведених прикладів, ця область бухгалтерського обліку в якійсь мірі суб'єктивна і тягне за собою точку зору упорядника звітності. Взагалі, за оцінкою Швейцарського державного секретаріату рівень тіньової економіки України в 2020 р. становив 40% від офіційного ВВП. Аби нам наблизитися до Нової Зеландії, Австрії, Швейцарії та США, де тінізація найнижча у світі (в середньому близько 5%), потрібно аби були досконалі закони та правдиве відображення діяльності в документах.

На жаль, податківці за всі роки незалежності України таки переконали більшість бухгалтерів в тому, що форма має більше значення, ніж зміст.

Що робити? Як один зі способів – мінімізувати вплив людського фактора у відстеженні документів та ввести електронні податкові перевірки.

Список використаних джерел:

1. What Is the Substance Over Form Doctrine? *Paladini Law - A Tax Law Firm*, 2019. URL: <https://paladinilaw.com/substance-over-form/>.
2. Модеров С. Сучасні погляди на консолідацію фінансової звітності. *Корпоративний менеджмент*. Москва, 2011. URL: https://www.cfin.ru/ias/manacc/review_consolidation.shtml.
3. Принцип превалювання сутності над формою. *Еврика для Вас!* 2020. URL: <https://evrika4u.wordpress.com/2020/05/22/принцип-превалювання-сутності-над-фо/>.
4. Дощатов Ю. Вірус «скрутка» – що це і як з ним боротися? *LB.ua - Дорослий погляд на світ*. Київ, 2021. URL: https://lb.ua/economics/2021/07/26/490151_virus_skrutka-shcho_tse_i_yak_z.html.



**Гусаренко Н.Ю.,**

здобувач вищої освіти СВО - «Магістр»

Левченко З.М., к.е.н., доцент,

професор кафедри бухгалтерського обліку

та економічного контролю

Полтавський державний аграрний університет

СУТНІСТЬ ТА КЛАСИФІКАЦІЯ РЕМОНТІВ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Основні засоби, як і все створене людиною, не вічні. У процесі експлуатації вони поступово зношуються, внаслідок чого робляться непридатними деталі, виходять з ладу механізми, руйнуються конструкції тощо. І тоді, щоб «поправити здоров'я» основних засобів, здійснюють їх ремонт.

Під час експлуатації основних засобів (ОЗ) підприємство витрачається на їх ремонт, технічне обслуговування, модернізацію, реконструкцію, відновлення і підтримання у робочому стані. Як відображати такі витрати у бухгалтерському обліку, залежить від виду ремонту. Крім того, підприємство може прийняти рішення поліпшити первісні властивості ОЗ з метою їх більш ефективної експлуатації та відшкодування часткового спрацювання основних засобів шляхом заміни зношених конструкцій і деталей більш міцними й економічними.

Сутність ремонту полягає в якісному збереженні робочих параметрів основних засобів, забезпеченні постійної працездатності об'єктів протягом запланованого періоду їх експлуатації та частковому відновленні техніко-експлуатаційних властивостей шляхом заміни чи оновлення зношених деталей, вузлів, регулювання механізмів.

Щоб запобігати аваріям та швидкому спрацюванню основних засобів потрібно своєчасно проводити ремонтні роботи. Це сприятиме підтриманню основних засобів у робочому стані.

Ремонтні роботи не приводять до збільшення у майбутньому економічних вигод від використання основних засобів та продовження строку їх корисного використання. Належна експлуатація основних засобів та своєчасне проведення профілактичного ремонту забезпечать максимальну надійність і економічність кожної групи основних засобів на всіх виробничих ділянках підприємства [1].

У наукових працях не існує єдиного підходу до визначення сутності ремонтів. Автори пропонують визначати економічну сутність ремонту основних засобів як виправлення пошкоджень, полумок, усунення дефектів, вад, лагодження об'єктів основних засобів, заміна фізично спрацьованих конструктивних елементів, деталей та вузлів.

Облік ремонту основних засобів регламентують П(С)БО 7 «Основні засоби» і Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку основних засобів, затверджені наказом Мінфіну від 30.09.2003 № 561 (далі — Методрекомендації № 561). Ремонтні ОЗ розподіляють на дві основні категорії: підтримання в робочому стані та поліпшення (п. 14, 15 П(С)БО 7). Для підтримання об'єкта в



робочому стані проводять технічний огляд, нагляд, обслуговування, ремонт тощо. Ремонтують ОЗ щоб одержувати від його використання первісно визначену суму майбутніх економічних вигід. Витрати на такі ремонти включаються до складу витрат діяльності підприємства. Поліпшення ОЗ збільшують економічні вигоди від їх використання. Тому вони визнаються капітальними інвестиціями (п. 15 П(С)БО 7) і їх вартість включається до первісної вартості ОЗ (п. 14 П(С)БО 7)[3].

Ремонти основних засобів класифікуються за такими ознаками:

- за способом проведення;
- за функціональним призначенням;
- за періодичністю та складністю виконання.

За способами проведення ремонтів основних засобів виокремлюють роботи господарським способом, які виконуються власними силами підприємства, або підрядним – силами сторонніх спеціалізованих ремонтних підприємств.

Ремонти об'єктів основних засобів поділяють за функціональним призначенням на виробничі та невиробничі. Залежно від призначення основних засобів у виробничому процесі витрати на їх ремонт списують за рахунок поточних витрат звітного періоду або прибутку в системі бухгалтерського обліку.

За періодичністю та складністю виконання виокремлюють поточний, середній і капітальний ремонт основних засобів.

Класифікацію ремонтів основних засобів наведено в таблиці 1.

Таблиця 1

Класифікація ремонтів основних засобів

Ремонт основних засобів [2]				
За видами:	За належністю основних засобів:	За відношенням до плану:	За відношенням до господарської діяльності:	За способом здійснення:
Поточні ремонти	Ремонти власних основних засобів	Планово-попереджувальні ремонти	Ремонти виробничих основних засобів	Ремонти, що виконуються господа господ способом
Середні ремонти	Ремонти орендованих засобів (оперативна оренда)	Позапланові ремонти	Ремонти невиробничих основних засобів	Ремонти, що виконуються підрядним способом
Капітальні ремонти	Ремонти орендованих засобів (Фінансова оренда)			Ремонти, що виконуються змішаним способом

За результатами даного дослідження можна зробити висновок, що ремонт –



це комплекс операцій з відновлення справності основного засобу або його складових частин. До поліпшення відносять реконструкцію, модифікацію, модернізацію, технічне переозброєння, дообладнання та інші поліпшення. Сутність ремонту і модернізації основних засобів полягає в якісному збереженні робочих параметрів основних засобів, забезпеченні постійної працездатності об'єктів протягом запланованого періоду їх експлуатації та частковому відновленні техніко-експлуатаційних властивостей шляхом заміни чи оновлення зношених деталей, вузлів, регулювання механізмів.

Список використаних джерел:

1. Ягмур Е.А., Кошель Г.В. Амортизаційна політика та напрямки відтворення фінансово-економічних ресурсів у бухгалтерському обліку. URL: http://www.rusnauka.com/36_PWMN_2010/Economics/76667.doc.htm
2. Захарчук М.А. Ремонти основних засобів, їх сутність та класифікація / *Фінанси, облік і аудит*: Зб. наук. праць. Спец. випуск Ч.І. / Відп. ред. М.М. Коцупатрий. К.: КНЕУ, 2007. С.91-105.
3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00>.





Дамчук Д. Ю., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр, ОПІ Економіка,
Науковий керівник – **Задніпровський О. Г.**, к.е.н,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Державний торговельно-економічний університет

ЕЛЕКТРОННА ЗВІТНІСТЬ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

Процес складання звітності є завершальним етапом облікового циклу підприємства, що допомагає визначити ефективність його діяльності. Звітність є джерелом інформації, яка необхідна державним структурам для прийняття управлінських рішень. Крім цього, вона має відповідати вимогам Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1], П(С)БО й іншим нормативно-правовим актам, що регламентують порядок складання, подання звітності підприємства.

Індустріально розвинуті країни світу відмовилися від паперової форми подання звітності. Так, у США, Ірландії, Німеччині, Казахстані представники бізнесових структур вже протягом багатьох років складають звітність в електронній формі з метою спрощення процедури її подання і подальшої обробки.

В Україні впровадження нових механізмів системи подання електронної звітності розпочалося у 2014 році й поступово наближається до форматів, запроваджених передовими країнами.

Зокрема, 20 вересня 2017 року Кабінет міністрів України схвалив Концепцію розвитку електронного урядування в Україні. Її реалізація дає змогу: підвищити ефективність роботи органів державної влади й органів місцевого самоврядування та досягти якісно нового рівня управління державою, що базується на принципах результативності, ефективності, прозорості, відкритості, доступності, довіри та підзвітності; покращити якість надання публічних послуг фізичним та юридичним особам відповідно до європейських вимог, а також забезпечити необхідну мобільність й конкурентоспроможність громадян та суб'єктів господарювання у сучасних економічних умовах; мінімізувати корупційні ризики при виконанні владних повноважень; покращити інвестиційну привабливість, діловий клімат та конкурентоспроможність країни; стимулювати соціально-економічний розвиток в Україні [2].

Попри те, що більшість користувачів зацікавлені у здачі звітності через мережу Інтернет, виникають певні проблеми. Головна з них – психологічна, тобто суб'єкти господарювання, не маючи досвіду подання звітності в електронному вигляді, відчувають невпевненість у виконаній ними роботі. Розв'язання цієї проблеми має стати першочерговим завданням.

Процес впровадження звітності в електронному вигляді містить у собі як переваги, так і недоліки (табл. 1).

Отже, використання електронної форми звітності має як позитивні, так і негативні прояви. Якщо проаналізувати наведений перелік переваг і недоліків



надання звітності через мережу Інтернет, то можна зробити висновок, що головним чином електронна звітність економить час, а основним фактором виникнення недоліків виступають можливі технічні проблеми.

Таблиця 1

Переваги та недоліки електронної звітності*

Переваги	Недоліки
<ul style="list-style-type: none"> - економія робочого часу; - економія коштів на придбання бланків звітності; - наявність додаткових можливостей в програмі (нагадувань, консультацій); - підтвердження отримання звітності; - гарантія автоматичної перевірки підготовлених документів на наявність описок; - арифметичний контроль за показниками декларацій; - повідомлення про наявну заборгованість перед бюджетом; - відсутність необхідності зберігання паперових звітів і ведення архіву; - конфіденційність інформації; - оперативність обробки інформації. 	<ul style="list-style-type: none"> - потреба додаткових фінансових вкладень у процес автоматизації електронної звітності, адже програми для задачі звітності через мережу Інтернет в основному платні; - психологічна інерційність бухгалтерів та керівників підприємств; - якщо при заповненні електронного формату бухгалтер припустився помилки, яку програма не змогла виявити через збої, документ не пройде вхідний контроль у податковій. У такому випадку бухгалтеру потрібно надсилати декларацію повторно; - є ризик несвоєчасної задачі звітності через можливі проблеми в роботі Інтернету чи програмного забезпечення; - тимчасове ускладнення процедури складання та подання електронної звітності, викликане необхідністю отримання та узгодження ключів електронного цифрового підпису з зовнішніми користувачами.

* Джерело: розроблено автором за [3; 4]

Подання звітності в електронному вигляді значно спрощує роботу бухгалтерів, дозволяє заощадити чимало робочого часу, гарантує оперативність обробки інформації та автоматичну перевірку документів. Також немає потреби відвідувати державні контролюючі органи з питань заповнення звітності у паперовому вигляді.

Проте, слід зазначити, що більшість бухгалтерів продовжують користуватися традиційним способом подання звітності. Це пов'язано з наявністю певної складності у користуванні програмним забезпеченням, шифруванні підписів та печатки підприємства. Зважаючи на це, першочерговим завданням керівників підприємств має стати навчання персоналу, забезпечення їх необхідною інформацією про перелік дій для переходу на електронну форму звітності. Якщо бути проінформованим про всі переваги подання звітності через мережу Інтернет, вони виявляться значно вагомішими, ніж понесені витрати. А виявлені недоліки не несуть суттєвого характеру і за бажання можуть бути ліквідовані.

Перспективним можна вважати впровадження єдиної системи для формування та подачі звітності в електронному вигляді для всіх підприємств України. Зважаючи на пришвидшення економічних операцій з кожним днем,



електронна звітність є вимогою часу та необхідністю організації обліку. Для досягнення такої мети потрібно докласти зусиль як керівникам підприємств, так і контролюючим органам, адже впровадження звітності в електронній формі значно спрощує роботу обох сторін.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.

2. Про схвалення Концепції розвитку електронного урядування в Україні : Розпорядження Кабінету Міністрів України; Концепція, від 20 вересня 2017 р. № 649-р. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/250287124>.

3. Електронне оподаткування: сутність та перспективи застосування: монографія / П. В. Мельник, А. М. Новицький, О. А. Долгий, С. П. Ріппа та ін. ; за заг. ред. П. В. Мельника. Ірпінь: Національний університет ДПС України, 2010. 332 с.

4. Корягін М. В., Куцик П. О. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності: монографія. Львів : ЛКА, 2016. 276 с.





Добровольська Н., здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Прийдак Т. Б.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет

Сомар А. І., студентка 335 групи,
спеціальності «Менеджмент»
Науковий керівник - **Дранус Л. С.**, к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДОХОДІВ ТА ВИТРАТ СУБ'ЄКТА МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Фінансова звітність є логічним завершенням облікових процедур суб'єктів господарювання. У вітчизняних нормативних документах визначені поняття фінансової звітності, її структура, зміст форм, вимоги, а також вказані внутрішні і зовнішні користувачі. В Україні для суб'єктів малого підприємництва П(С)БО 25 передбачає складання Фінансового звіту суб'єкта малого підприємництва у складі балансу (форма 1-м) і звіт про фінансові результати (форма 2-м). Міжнародні стандарти фінансового обліку не визначають формат, в якому потрібно подавати статті, а лише надають перелік статей, що повинні там міститися. У Звіті про фінансові результати (форма 2-м) відображається фінансовий стан підприємства та результати його діяльності за певний проміжок часу. Розглянемо відображення доходів та витрат суб'єкта малого підприємництва у фінансовій звітності (табл. 1).

Таблиця 1

Відображення інформації про доходи та витрати суб'єкта малого підприємництва у звітності

Доходи			Витрати		
Рахунок*	Назва рахунку	Рядок форми 2-м	Рахунок*	Назва рахунку	Рядок форми 2-м
70	«Доходи від реалізації»	2000 «Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)»	90	«Собівартість реалізації»	2050 «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)»
74	«Інші доходи»	2120 «Інші операційні доходи»	96	«Інші витрати»	2180 «Інші операційні витрати»
		2240 «Інші доходи»			2270 «Інші витрати»

* - номер рахунку відповідно до спрощеного плану рахунків

У статті «Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)» відображається дохід від реалізації продукції, товарів, робіт і послуг без непрямих податків і зборів та інших вирахувань з доходу.

«Інші операційні доходи» (ряд. 2120) відображаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства, крім доходу (виручки) від



реалізації продукції (товарів, робіт, послуг): дохід від операційної оренди активів; дохід від операційних курсових різниць; відшкодування раніше списаних активів; дохід від реалізації оборотних активів (крім фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та груп вибуття тощо. Дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції та дохід від зміни вартості поточних біологічних активів також наводяться у цій статті.

У статті «Інші доходи» (ряд. 2240) відображаються: дивіденди, відсотки, доходи від участі в капіталі та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій; дохід від реалізації фінансових інвестицій; дохід від неопераційних курсових різниць; інші доходи, які виникають у процесі діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

У ряд. 2050 «Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)» показується виробнича собівартість реалізованої продукції (робіт, послуг) та/або собівартість реалізованих товарів, визначена відповідно до Положення (стандарту) бухгалтерського обліку 16 «Витрати».

У статті «Інші операційні витрати» (ряд. 2180) наводяться адміністративні витрати, витрати на збут, а також собівартість реалізованих оборотних активів (крім готової продукції, товарів і фінансових інвестицій), необоротних активів, утримуваних для продажу, та груп вибуття; відрахування на створення резерву сумнівних боргів і сума списаних безнадійних боргів; втрати від знецінення виробничих запасів; втрати від операційних курсових різниць; визнані економічні санкції; відрахування для забезпечення відшкодування наступних операційних витрат; інші витрати, що пов'язані з операційною діяльністю підприємства. У цій статті також відображається належна до сплати за звітний період відповідно до законодавства сума податків і зборів.

У статті «Інші витрати» (ряд. 2270) відображаються: витрати на сплату процентів та інші витрати підприємства, пов'язані із запозиченнями; втрати від участі в капіталі; собівартість реалізації фінансових інвестицій; втрати від неопераційних курсових різниць; втрати від уцінки фінансових інвестицій та необоротних активів; інші витрати, які виникають у процесі діяльності, але не пов'язані з операційною діяльністю підприємства.

Список використаних джерел:

1. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 7 лютого 2013 р. *Верховна Рада України*. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_bills_stand_laws (дата звернення: 28.03.2022).

2. НП(С)БО 25 «Спрощена фінансова звітність»: Наказ Міністерства фінансів України від 25 лютого 2000 р. № 39. *Верховна Рада України*. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/site2/p_bills_stand_laws (дата звернення: 28.03.2022).

3. Польова Т. В., Дружина А. В. Фінансова звітність як елемент системи управління підприємством. *Ефективна економіка*. 2019. № 11. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7458> (дата звернення: 28.03.2022).





Дорошенко О., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

МІСЦЕ ЗАПАСІВ В ОБЛІКОВІЙ ПОЛІТИЦІ ПІДПРИЄМСТВА

Відповідно до закону «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», облікова політика – це сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [3].

Елемент облікової політики – це конкретно вибраний або самостійно розроблений підприємством виходячи з умов і специфіки його діяльності спосіб (прийом) або процедура, що стосується організації та ведення обліку до конкретного об'єкту облікової політики [3].

Запаси займають важливе місце не лише у складі майна підприємства, а й особливе місце у структурі витрат, оскільки вони є основною складовою у формуванні собівартості готової продукції. В економічній літературі існує багато різних понять, пов'язаних із виробничими запасами, проте, слід врахувати, що кожне з них має самостійне змістове навантаження та власне тлумачення. Основними каналами надходження запасів на підприємство є купівля у постачальників, обмін на подібні активи, виготовлення власними силами та інші.

Елементи облікової політики запасів на підприємстві відображаються у внутрішньому нормативному документі – Наказі про облікову політику, де зазначаються обрані елементи запасів (рис. 1).

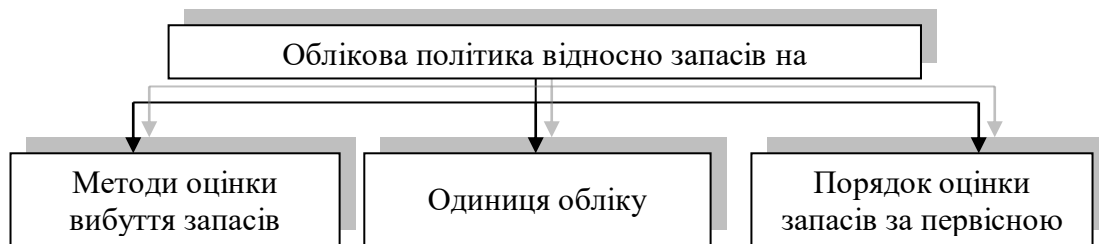


Рис. 1. Елементи, що відображаються в обліковій політиці підприємства відносно запасів

Здебільшого, методом оцінки вибуття запасів на підприємстві є метод середньозваженої собівартості. Оцінка за цим методом проводиться за кожною одиницею запасів, шляхом ділення сумарної вартості залишку таких запасів на початок звітного місяця і вартості одержаних у звітному місяці запасів на сумарну кількість запасів на початок звітного місяця та одержаних у звітному місяці.

Перевагою обраного методу є те, що оцінка вартості відпущених запасів та їх залишків можна отримати в момент здійснення операції, що дає



об'єктивну інформацію про вартість запасів і практично унеможлиблює здійснення маніпуляції з цифрами.

Одиницею обліку запасів є їх найменування. На кожну одиницю обліку відкривається аналітичний рахунок на якому повинна бути відображена характеристика об'єкта.

Згідно з НП(С)БО 9 «Запаси», запаси відображаються в бухгалтерському обліку і звітності за найменшою з двох оцінок: первісною вартістю або чистою вартістю реалізації [1].

Первісною вартістю запасів, що виготовляються власними силами підприємства, визнається їхня виробнича собівартість, яка визначається за Національним Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 16 «Витрати».

До виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) включаються:

- прямі матеріальні витрати;
- прямі витрати на оплату праці;
- інші прямі витрати;
- змінні загальновиробничі та постійні розподілені загальновиробничі

витрати [2].

Отже, організація обліку запасів є складовою системи бухгалтерського обліку на підприємстві, ефективна структура якої у Наказі про облікову політику є запорукою успішного ведення діяльності. Таким чином основними завданнями облікової політики підприємства у частині запасів є: визначення найбільш оптимального методу оцінки вибуття запасів, контроль за повним і своєчасним оприбуткуванням матеріальних цінностей та їх збереженням за місцем зберігання і на всіх стадіях обробки, розрахунок фактичної собівартості витрачених матеріалів та їх залишків за місцем зберігання і статтями балансу; виявлення всіх витрат, пов'язаних із придбанням або виготовленням запасів та визначення первісної вартості.

Список використаних джерел

1. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 9 «Запаси»: Наказ Міністерства Фінансів України № 246 від 20 жовтня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

2. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства Фінансів України № 318 від 31 грудня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

3. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України № 2164-VIII від 05 жовтня 2017 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 23.03.2022).





Драгомир Д.В., здобувач вищої освіти

СВО магістр

Форошевська О.Р., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування

Науковий керівник - **Сирцева С.В.**, к.е.н, доцент,

доцент кафедри обліку і оподаткування,

Миколаївський національний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ DUE DILIGENCE ЯК АУДИТОРСЬКО-КОНСАЛТИНГОВОЇ ПОСЛУГИ

В Україні Due Diligence знаходиться на стадії розвитку. Термін «Due Diligence» використовується, як правило, в контексті злиття або поглинання підприємств для їх вивчення на предмет відповідності економічним або іншим інтересам зацікавлених осіб. Однак міжнародна практика тлумачить вказане поняття більш широко, включаючи до переліку досліджуваних об'єктів окремі сфери бізнесу, професійну діяльність працівника, юридичну обґрунтованість володіння основними фондами тощо [1].

Необхідність проведення процедури Due Diligence в Україні зумовлена виходом вітчизняних підприємств на міжнародні ринки капіталу, актуальністю угод злиття і поглинання компаній, створенням спільних підприємств з підприємствами закордонних країн.

Збільшення попиту на цю послугу найближчим часом можливе, якщо буде збільшення ділової активності в країні (шляхом вакцинації від covid-19, зняття обмежень в Україні й світі загалом). Прогноз МВФ про зростання світової економіки, розблокування великої приватизації й відкриття ринку землі також можуть відіграти вагомий роль у збільшенні попиту на послугу Due Diligence. Адже попит на Due Diligence прямо корелює з активністю бізнесу [2].

Крім того, необхідно приділити особливу увагу розробці нормативно-правових документів, що регулюють проведення процедури Due Diligence на законодавчому рівні. Так, в Україні правові засади аудиту та аудиторської діяльності визначені Законом України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність», а також міжнародними стандартами аудиту. Щодо Due Diligence, то в Україні не розроблено жодного нормативного документу, який визначав би основні засади та/або процедури до його проведення. Розробка та затвердження нормативного документу (інструкції, положення) щодо проведення зазначеної процедури сприятиме розвитку системи контролю за якістю її проведення.

В Україні дуже часто трапляються випадки, коли даний вид процедури намагаються провести самостійно безпосередні її учасники, наприклад, під час придбання бізнесу або компанії. Основною причиною таких дій є економія коштів або недовіра до сторонніх консультантів. Однак, такий підхід не завжди виправданий, оскільки Due Diligence мають проводити кваліфіковані фахівці, які зможуть приділити достатньо часу такій роботі: вони не лише проведуть Due Diligence більш оперативним та кваліфікованим, а й, найімовірніше, зможуть



виявити приховану інформацію [3].

Особливої уваги заслуговує забезпечення системи підготовки кадрів для надання цієї послуги. Переважно даний вид послуг надають аудитори, які відповідно до українського законодавства підтвердили високий рівень теоретичних знань та професійну компетентність за такими напрямками визначеними ст. 19 «Атестація аудиторів» Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» [4].

Проте, специфіка проведення процедури Due Diligence передбачає також наявність у виконавців (аудиторів, працівників консалтингових компаній) відповідних знань у сфері оцінки бізнесу, страхування та інших знань необхідних для надання даної послуги якими може мати практикуючий аудитор.

Також, слід розвивати співпрацю українських професійних організацій із зарубіжними професійними організаціями з метою надання фахівцям можливості отримання міжнародних сертифікатів, а також залучати до процесу професійного навчання у напрямі Due Diligence» зарубіжні аудиторські, юридичні та консалтингові компанії.

Необхідно розробити методика оцінки ефективності надання цієї послуги на макро- та мікрорівнях.

У зв'язку з відсутністю на законодавчому рівні будь-якого нормативного документу, який би регулював питання організації та порядку проведення процедури Due Diligence аудиторськими та консалтинговими компаніями, виникає необхідність у розробці такого внутрішньофірмового документу (стандарту). Розробка такого документу та дотримання його основних положень сприятимуть аудиторським та консалтинговим фірмам ефективно надавати даний вид послуг. Даний документ має містити такі основні розділи, як загальні положення (вказується мета, сфера дії положення, визначення основних термінів), суть процедури (повинен містити основні обмеження та припущення, якими повинен керуватися експерт під час проведення Due Diligence, основні цілі та завдання послуги), основні умови проведення процедури, основні вимоги щодо укладання договору на проведення процедури, планування Due Diligence (алгоритм дій робочої групи експертів, форми робочих документів, планів), процедури та докази, підготовка комплексного звіту, додатки (перелік та форми робочих документів, форма загального плану та програми проведення процедури Due Diligence).

Таким чином, забезпечення розвитку процедури Due Diligence в Україні та його проведення на вітчизняних підприємствах дозволить отримати реальну вартість бізнесу, визначити основні ризики його, запропоновувати заходи щодо їх зниження і в результаті надати необхідну інформацію інвестору, яка вплине на прийняття ним ефективних управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Використання Due Diligence в обґрунтуванні передінвестиційних рішень у секторах національної економіки: колективна монографія. Балджи



М.Д., Добрава Н.В., Карпов В.А. [та ін.]; Одеський національний економічний університет. Одеса : ПромАрт, 2018. 335 с.

2. Груба Р. Про важливість процедури Due Diligence у 2021. URL: <https://www.bdo.ua/uk-ua/blog-2/consulting/may-2021/about-the-importance-of-due-diligence-procedure-in-2021>

3. Кузьменко А. Due Diligence в українських реаліях. *Юрист&Закон*. 2017. №31. URL: https://uz.ligazakon.ua/ua/magazine_article/EA010661.

4. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21 грудня 2017 р. №2258-VIII / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text>.





Єременко Л., здобувач вищої освіти
СВО – магістр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник - **Прийдак Т. Б.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ГРОШОВІ ВНЕСКИ ДО СТАТУТНОГО КАПІТАЛУ ТОВАРИСТВ ЯК ОБ'ЄКТ ОБЛІКУ

Важливу роль у створенні та розвитку підприємства відіграє власний капітал. Ефективне управління підприємством можливе лише при наявності достовірної та об'єктивної інформації про власний капітал підприємства. Водночас власний капітал виступає одним із найважливіших об'єктів фінансового та управлінського обліку, які є основою інформаційного забезпечення фінансового аналізу та менеджменту. Облік власного капіталу відображає процес формування власності, обсяг прав власників, розподіл результатів їх діяльності, тобто інформацію про формування та використання власного капіталу як фінансової основи діяльності підприємств [1].

Початковою складовою власного капіталу підприємства, як і в цілому його господарської діяльності є статутний капітал, який формується засновниками при створенні підприємства з метою забезпечення його активами для здійснення господарської діяльності [4].

Порядок формування статутного капіталу ТОВ встановлено ст. 52 Закону України «Про господарські товариства»:

- учасники ТОВ повинні сплатити статутний капітал до закінчення першого року з дня державної реєстрації товариства;

- якщо учасники до закінчення першого року не внесли (не повністю внесли) свої вклади, загальні збори учасників приймають одне з таких рішень: про виключення зі складу товариства тих учасників, які не внесли (не повністю внесли) свої вклади, та про визначення порядку перерозподілу часток у статутному капіталі; про зменшення статутного капіталу та про визначення порядку перерозподілу часток у статутному капіталі; про ліквідацію товариства;

- зміни до статуту, пов'язані зі зміною розміру статутного капіталу та/або зі зміною складу учасників, підлягають державній реєстрації в установленому законом порядку;

- рішення про зменшення статутного капіталу товариства надсилається поштовим відправленням усім кредиторам товариства не пізніше триденного строку з дня його прийняття;

- учаснику товариства, який повністю вніс свій вклад, видається свідоцтво товариства;

- зменшення статутного капіталу ТОВ допускається після повідомлення про це в порядку, встановленому статутом, усіх його кредиторів. У цьому разі кредитори мають право вимагати дострокового припинення або виконання відповідних зобов'язань товариства та відшкодування їм збитків;



- збільшення статутного капіталу ТОВ допускається після внесення всіма його учасниками вкладів у повному обсязі [2].

Відповідно до ч. 1 ст. 86 Господарського кодексу України від 16.01.2003 р. № 436-IV (далі - ГКУ) [3], вкладами учасників та засновників господарського товариства можуть бути: будівлі, споруди, обладнання та інші матеріальні цінності; цінні папери; права користування землею, водою та іншими природними ресурсами, будинками, спорудами; інші майнові права (включаючи майнові права на об'єкти інтелектуальної власності); грошові кошти, в тому числі в іноземній валюті.

У той же час потрібно враховувати ряд обмежень і заборон, що містяться в ч. 3 ст. 86 ГКУ, а саме: майно державних (комунальних) підприємств, яке відповідно до закону (рішення органу місцевого самоврядування) не підлягає приватизації, та майно, яке знаходиться в оперативному управлінні бюджетних установ, не можна вносити до статутного капіталу товариства.

Статутний капітал товариства з обмеженою відповідальністю (далі - ТОВ) може бути сформований грошовими коштами і майном. Внески грошовими коштами можна здійснити за 2 варіантами: до моменту реєстрації та після створення підприємства. Грошові внески до статутного капіталу перераховуються до моменту реєстрації засновниками на спеціальний поточний рахунок для формування статутного, пайового та інших видів капіталу (його відкриває уповноважена засновниками особа) [4].

Документальне забезпечення внесків грошовими коштами представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Порядок оцінки та документального оформлення внеску грошовими коштами учасниками до статутного капіталу

Вид внесків	Варіант внесення	Документування
Грошові кошти в національній валюті	Здійснення грошових внесків до моменту держреєстрації підприємства	Довідка про відкриття такого рахунка, платіжне доручення, засвідчене банківською установою, квитанція на внесення готівки, довідка банку, що засвідчує внесок учасниками грошових коштів
	Унесення коштів після створення підприємства	Платіжне доручення, засвідчене банківською установою, квитанція на внесення готівки, довідка банку, що засвідчує внесок учасниками грошових коштів, Прибутковий касовий ордер, витанція від якого з відбитком печатки підприємства видається засновникові

Статутний капітал товариства з обмеженою відповідальністю формується за кредитом субрахунків 401 «Статутний капітал». На субрахунку фіксується сума статутного капіталу на дату держреєстрації підприємства і надалі (у міру здійснення внесків) ця сума не змінюється [5].

На дату держреєстрації товариства формується кореспонденція рахунків: Дт 46 – Кт 401, 403 з аналітичним обліком у розрізі учасників і видів капіталу.



Після першого проведення у міру здійснення внесків кожним з учасників рахунок 46 закритиметься (за кредитом) у кореспонденції з Дт рахунків/субрахунків обліку майна, що вноситься. Для грошових внесків це буде:

- Дт 311 – Кт 46– якщо гроші перераховуються за безготівковим розрахунком із поточного рахунка засновника або вносяться готівкою через касу банку;

- Дт 301 – Кт 46 – якщо гроші вносяться готівкою через касу підприємства [4].

У цілях податкового обліку в емітента (товариства) – отримання майна до СК прирівнюється до його купівлі.

В емітента (товариства) сума готівкових і безготівкових грошових коштів, що надходять у вигляді прямих інвестицій в емітовані корпоративні права, не включається до складу податкових доходів (пп. 136.1.3 ПК).

Операції з емітованими цінними паперами або корпоративними правами не є об'єктом обкладення ПДВ (пп. 196.1.1 ПК) [5].

Отже, в результаті дослідження встановлено:

1. Грошові кошти можна вносити як в безготівковій, так і готівковій формі. Грошові внески до статутного капіталу перераховуються до моменту рестрації засновниками на спеціальний поточний рахунок.

2. Якщо статутний капітал формується за рахунок грошових коштів, потрібно дуже ретельно підходити до вибору банківської установи, в якій згодом буде відкрито поточний рахунок для його формування, щоб строки відкриття такого рахунку або документи, необхідні для цього не були для Вас «сюрпризом».

Список використаних джерел:

1. Бобяк А. П. Власний капітал підприємства, як економічна категорія, та його облік. *Міжнародний збірник наукових праць*. Випуск 1(19). С. 55 – 58. URL: archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ptmbo/2011_1/5.pdf.

2. Про господарські товариства: Закон України № 1576-XII від 19 вер. 1991 р. / *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

3. Господарський кодекс України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV / *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

4. Грошові внески до статутного капіталу. URL : <https://balance.ua/ua/news/all/post/denegnye-vznosy-v-ustavnyy-kapital>.

5. Омельницька З. Формуємо статутний капітал: облік у емітента та інвестора. URL: <https://uteka.ua/ua/publication/Formiruem-ustavnyj-kapital-uchet-u-emitenta-i-investora-2>.

6. Організація обліку відносин власності : навч. посіб. / за ред. Жука В. М. 2-е вид., доп. і перер. К. : Видавництво ТОВ «Юр-Агро-Веста», 2010. 372 с.





Єрмолаєва М. В., к.е.н., доцент,

професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

НАДЗВИЧАЙНІ ПОДІЇ В ОБЛІКУ І ЗВІТНОСТІ

Під час своєї роботи підприємство здійснює різні види діяльності. НП(С)БО 1 виділяє такі види господарської діяльності – звичайну, інвестиційну, операційну та фінансову. Згідно п. 1.3 НП(С)БО 1 до звичайної діяльності відносять «будь яку основну діяльність підприємства, а також операції, що її забезпечують або виникають внаслідок її проведення» [1]. При цьому не враховано те, що в процесі господарської діяльності підприємства можуть виникати події непередбаченого характеру, які можуть суттєво вплинути на рівень одержаних доходів, понесених витрат та в кінцевому підсумку на фінансові результати діяльності підприємства.

Мова йде про надзвичайні події, які можуть відбуватися в будь який період здійснення господарської діяльності підприємства. Слід зазначити, що в бухгалтерському обліку наразі практично відсутнє поняття надзвичайної події або надзвичайної ситуації і, відповідно, її визначення для потреб відображення в обліку. Трактування сутності надзвичайної ситуації надає Кодекс цивільного захисту України. Відповідно до п. 24 ч. 1 ст.2 КЦЗ «надзвичайна ситуація - обстановка на окремій території чи суб'єкті господарювання на ній або водному об'єкті, яка характеризується порушенням нормальних умов життєдіяльності населення, спричинена катастрофою, аварією, пожежею, стихійним лихом, епідемією, епізоотією, епіфітотією, застосуванням засобів ураження або іншою небезпечною подією, що призвела (може призвести) до виникнення загрози життю або здоров'ю населення, великої кількості загиблих і постраждалих, завдання значних матеріальних збитків, а також до неможливості проживання населення на такій території чи об'єкті, провадження на ній господарської діяльності» [2].

Внаслідок надзвичайної ситуації порушується алгоритм діяльності підприємства і воно несе значні витрати, пов'язані з подоланням її наслідків. До останнього часу ми вважали, що до значного впливу надзвичайних ситуацій в більшості своїй схильні підприємства аграрного сектору України, оскільки сільськогосподарська діяльність підпадає під вплив природньо-кліматичних умов відповідної території. Головною проблемою вважається недостатнє зволоження і пов'язане з ним суттєве недоотримання врожаю сільськогосподарських культур [3].

Це в свою чергу призводить до погіршення формування кормової бази в тваринництві і в цілому до загального недоотримання сільськогосподарської продукції, що в кінцевому підсумку впливає на зниження продовольчої безпеки в країні. Крім того, будь-яка надзвичайна ситуація призводить не тільки до втрат урожаю, але й викликає необхідність проведення додаткових витрат для усунення її наслідків.

До останнього часу вважалося, що надзвичайна ситуація може бути викликана непереборними природніми або техногенними причинами. Події



останніх місяців показали, що в будь-який період часу може статися непередбачена військова агресія, внаслідок якої не тільки аграрний бізнес понесе втрати, а й в цілому економіка держави зазнає значних втрат і руйнувань і країна понесе величезні людські втрати.

Раніше ми пропонували визначення сутності надзвичайної події в бухгалтерському обліку аграрних підприємств [4]. На сьогодні необхідно змінити формулювання з врахуванням поточної ситуації. На нашу думку надзвичайна подія – це природнього, техногенного або військового характеру яку неможливо передбачити або спланувати в процесі здійснення сільськогосподарської діяльності і яка за своїми наслідками призводить до значних людських і матеріальних витрат і наносить збитки суспільству, виробникам та природньому середовищу

Бухгалтерський облік покликаний своєчасно і в повному обсязі узагальнити інформацію про понесені матеріальні втрати внаслідок воєнних дій і визначити загальні втрати економіки держави з метою отримання від держави-агресора компенсацій у вигляді репарації та контрибуції. Для цього в Плані рахунків бухгалтерського обліку необхідно передбачити повернення окремих синтетичних рахунків 99 «Надзвичайні витрати» і, відповідно, 75 «Надзвичайні доходи».

На сьогодні фактично в бухгалтерському обліку відсутнє поняття надзвичайних доходів і надзвичайних витрат, а в разі їх наявності підприємство відображає такі витрати і доходи у складі інших доходів та інших витрат діяльності на субрахунках 746 та 977. При цьому в окремі групи надзвичайні доходи і надзвичайні витрати не виділено. Реалії вимагають внесення уточнень в План рахунків бухгалтерського обліку з врахуванням вимог сьогодення.

Крім того є нагальна потреба в узагальненні понесених втрат не тільки в системі бухгалтерського обліку, а й і у бухгалтерській звітності. Для цього можливе включення у примітки до річної бухгалтерської звітності додаткових статей у розділ V «Доходи та витрати».

Список використаних джерел

1. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>
2. Кодекс цивільного захисту України : Закон України від 02.10.2012 р. № 5403-VI : станом на 21 берез. 2022 р. *Верховна рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5403-17#Text> (дата звернення 25.03.2022)
3. Єрмолаєва М. В., Левченко З. М. Організаційні та облікові аспекти відображення надзвичайних подій в сільському господарстві. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціальноорієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали III Всеукр. науково-практ. інтернет-конф., Полтава, 2020. С. 41–43. URL: [http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7720/1/Збірник_конференція_ПДАА%20\(2\).pdf](http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7720/1/Збірник_конференція_ПДАА%20(2).pdf) (дата звернення: 27.03.2022).



4. Ермолаева М. В. Доходы и затраты от чрезвычайных событий – суть и особенности учета в Украине. *Сельское хозяйство – проблемы и перспективы*. Сборник научных трудов. Гродно. 2016. Т. 34. С. 98-102. URL: [https://www.ggau.by/downloads/prints/2016_Sbornik_WAK_\(Ekonomika\)_t34.pdf#page=98](https://www.ggau.by/downloads/prints/2016_Sbornik_WAK_(Ekonomika)_t34.pdf#page=98) (дата звернення 27.03.2022)





Жовта Н.А., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП «Облік і оподаткування»
Науковий керівник – **Чебан Ю.Ю.**, к.е.н.,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Миколаївський національний аграрний університет

Милова К.А., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП «Облік, аудит і оподаткування»
Науковий керівник – **Єршова Н.Ю.**, д.е.н.,
професор кафедри обліку і фінансів,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний Інститут»

ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ В СИСТЕМІ ЕКОНОМІЧНИХ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМСТВА

Механізм господарювання в ринковій економіці передбачає ускладнення зв'язків між підприємствами, що відбивається на необхідності врахування витрат, пов'язаних із дослідженням ситуації на ринку, пошуку каналів збуту продукції, виконання контрактних домовленостей та інших факторів ринкового середовища. Трансакційні витрати (англ. *transaction cost*) впливають на конкурентоспроможність продукції та послуг підприємства, а також на економічну ефективність діяльності, оскільки, незалежно від того, були такі витрати враховані чи ні, вони виступають складовою загальних витрат підприємства, а отже, будь-яка їх зміна впливає на конкурентоспроможність. Трансакційні витрати складно піддаються вимірюванню. Д. Норт та Дж. Уолліс (North D., Wailis J.) на рівні макроекономіки в економіці країни виокремлюють сектори: трансакційний та трансформаційний [1]. До трансакційного сектору нами віднесені суб'єкти господарювання, основним видом діяльності яких є: транспорт складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, тимчасове розміщування й організація харчування, інформація та телекомунікації, операції з нерухомим майном, фінансова та страхова діяльність, діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування, професійна, наукова та технічна діяльність, надання інших видів послуг. До трансформаційного сектору – сільське та лісове господарство та рибне господарство, оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів промисловість, будівництво, освіта, охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (рис. 1). Згідно з даними [2] про розподіл підприємств та організацій за видами економічної діяльності, можна зробити висновок про те, що відбувається зростання кількості підприємств трансакційного сектора. Їхня частка у загальній кількості підприємств та організацій у 2018 р. склала 38,8%, у 2019 р. 40,3%, а у 2020 р. 41,6%. В абсолютному вираженні трансакційний сектор у 2018 році був представлений 780,3 тис. підприємствами та організаціями, у 2019 році – 783,322 тис., у 2020 р. – 820,802 тис. Трансформаційний сектор, у свою чергу, у 2018 році був представлений 1204,5 тис. підприємствами та організаціями, що становило 61,2% від загальної



кількості суб'єктів господарювання; у 2019 році – 1158,379 тис. од., у 2020 р. – 1152,85 тис. од.

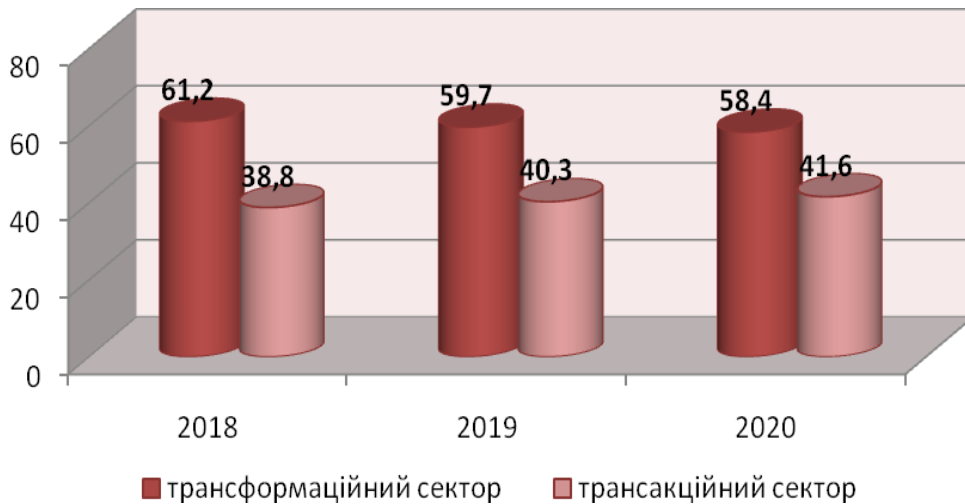


Рис. 1. Динаміка трансакційного та трансформаційного секторів економіки України, %

Джерело: розраховано за даними [2]

В економічній літературі вченими пропонуються різні підходи до сутності поняття «трансакційні витрати» [1, 4-8 та ін.]. Порівняльний аналіз підходів вчених дозволив зробити висновок, що думка та позиція, яку займають науковці залежать від того, яку економічну теорію вони представляють. Нами виокремлено ряд взаємопов'язаних ознак, які об'єднують погляди вчених. А саме: 1) критерії групування і 2) загальні ознаки даного виду витрат. До критеріїв групування трансакційних витрат підприємства, що найчастіше використовуються у наукових дослідженнях належать витрати:

- пошуку інформації (щодо потенційних покупців або продавців, витрати на отримання інформації про них, щодо ситуації на ринку тощо) (О. Вільямсон, Г. Б. Клейнер, А. Шастітко та ін. [3 та ін.]);

- ведення переговорів, укладання та виконання угод (Е. Фуруботн, Р. Ріхтер, Дж Джоунс, С. Хілл, К. Далман, Р. Капелюшніков та ін.);

- обміну, передачі, специфікації та захисту прав власності (Т. Егтертссон, С. Архієреєв, В. Радоев, В. Діба, Т. Сторожук, А. Бестюк та ін. [4, 5 та ін.]);

- вимірювання якості (В. Мартинець, В. Яцина, А. Ясінська, М. Грицаєнко та ін. [6, 7 та ін.]).

Трансакційні витрати складно виокремлювати оскільки вони містяться в інших витратах, які виникають на всіх етапах здійснення господарської діяльності підприємства і чинять вплив на його конкурентоспроможність [8, 9].

У традиційній системі обліку трансакційні витрати не виділені в окрему групу витрат. Такі витрати здебільшого відображаються у складі постачальницьких, адміністративних, витрат на збут й інших операційних витрат [5, 10]. Отже, ускладнення середовища господарювання підприємств,



асиметричність інформації та невизначеність сприяють зростанню трансакційних витрат. Трансакційні витрати значною мірою носять неявний характер, і їх досить важко виявити та оцінити. Тому, аналітичний та синтетичний облік трансакційних витрат сприятиме підвищенню рівня ефективності управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. North D., Wailis J. Measuring the Transactional Sector in the American Economy, 1870-1970. Long-Term Factors in American Economic Growth. Chicago: University of Chicago Press, 1986. pp 170-172.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>(дата звернення: 18.12.2021).
3. Вільямсон Олівер Е. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів. Київ: Видавництво «Артек», 2001. 472 с.
4. Архиреев С.И. Трансакционные издержки и неравенство в условиях рыночной трансформации. Харків: Бизнес Информ, 2000. 288 с.
5. Диба В.М. Облік та аналіз нематеріальних активів в умовах інституційних змін: теорія і методологія: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09; Київ: ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», 2017. 23 с.
6. Левіна М. В. Облік і внутрішній контроль трансакційних витрат підприємств готельного господарства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.09; Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2016. 22 с.
7. Мартинець В. В. Управління трансакційними витратами промислового підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.04; Суми: Сумський державний університет, 2013. 23 с.
8. Кондратьєв Б. О., Єршова Н. Ю. Інформаційне забезпечення управління діяльністю підприємства: теоретичні та практичні аспекти удосконалення. *Модернізація економіки: сучасні реалії, прогнозні сценарії та перспективи розвитку* : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., (м. Херсон 28 квітня 2020 р.). Херсон, 2020. С. 418-419. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPIPress/48071/1/Kondratiev_Informational_zabezpechennia_2020.pdf
9. Єршова Н.Ю. Інтегрована система обліково-аналітичного забезпечення процесів розробки та реалізації стратегій розвитку підприємства. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/23806/1/>
10. Єршова Н.Ю. Облікова система в контексті управління сучасним підприємством. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2013. № 52. С. 49–55.





Заїць Д. В., здобувачка вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Нежива М. О.**, к.е.н.,
доцент, доцент кафедри фінансового аналізу та аудиту,
Державний торговельно-економічний університет

АУДИТ ЗАПАСІВ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Аудит запасів є процесом перехресної звірки фінансових записів. Його можуть заповнити аудитори та інші сторони. Аудит є процесом перевірки того, що фінансові записи суб'єкта господарювання є точними та справедливо представленими. Операції у фінансовій документації повинні достовірно відображати фінансове становище суб'єкта господарювання та фактичну операційну діяльність.

Оскільки фінансова документація та записи створюються всередині підприємства, існує високий ризик того, що внутрішні сторони можуть маніпулювати записами. Під час підготовки фінансових звітів інсайдери можуть робити помилки або навмисно змінювати інформацію, що вважається шахрайством. Аудит гарантує попередження цих помилок.

Аудит також гарантує, що підприємства дотримуються відповідних стандартів бухгалтерського обліку, таких як Міжнародні стандарти фінансової звітності, Загальноприйняті принципи бухгалтерського обліку та інші відповідні стандарти бухгалтерського обліку.

Важливою частиною аудиту є докази, які допомагають визначити, чи фінансові звіти, чи записи були підготовлені відповідно до стандартів і чи не містять суттєвих помилок. Також необхідно сприяти точності, прозорості та незалежності аудиторських звітів.

Аудитори вимагають докази для перевірки достовірності фінансових записів. Вони можуть або перевірити, або надати підтримку фінансовій інформації, яка представлена. З іншого боку, докази можуть суперечити фінансовій інформації, що вказує на помилки або шахрайську поведінку.

Якщо говорити про важливість аудиту запасів, то спостереження за інвентаризацією є загальноприйнятою процедурою аудиту, коли незалежний аудитор дає висновок про те, чи точно фінансові записи інвентаризації відображають фізичні запаси, які проводяться.

Аудит запасів є важливим аспектом збору доказів, особливо для виробничих або роздрібних підприємств. Він може представляти великий залишок активів або капіталу. Аудит запасів повинен перевіряти не тільки їх кількість, а й якість і стан, щоб переконатися, що вартість запасів справедливо представлена у фінансових записах і звітах [1]. До основних процедур аудиту запасів можна віднести [2]:

- АВС-аналіз – включає групування різної вартості та обсягу запасів. Наприклад, товари високої вартості, продукти середньої та низької вартості можна згрупувати окремо. Елементи також можна відстежувати та зберігати в



окремих групах цінностей;

- аналітичні процедури – включають аналіз запасів на основі фінансових показників, таких як валовий прибуток, кількість днів у наявності, коефіцієнт оборотності запасів та їх вартість за попередній період;

- відсікання – включає призупинення операцій, таких як отримання та відправлення запасів, під час проведення фізичного підрахунку, щоб уникнути помилок;

- аналіз вартості готової продукції – застосовується до виробників і включає оцінку готових запасів протягом звітного періоду;

- аналіз вартості вантажу – аналіз витрат на фрахт включає визначення вартості доставки або фрахту для транспортування інвентарю в різні місця. Як правило, витрати на це включаються до вартості запасів, тому важливо їх також відстежувати;

- збіг – передбачає узгодження кількості предметів і вартості відвантажених запасів із фінансовими записами. Аудитори можуть проводити узгодження, щоб переконатися, що правильні суми були нараховані в потрібний час;

- аналіз накладних витрат – включає аналіз непрямих витрат бізнесу та накладних витрат, які можуть бути включені до витрат на запаси. У деяких випадках витрати на оренду, комунальні послуги та інші витрати можуть відображатися як частина витрат на запаси;

- звірка – включає в себе усунення розбіжностей, виявлених під час інвентаризації. Помилки можуть бути повторно перевірені та звірені у фінансових записах.

Оцінку ефективності рішень при проведенні аудиту запасів підприємства необхідно здійснювати для підвищення ефективності самого процесу аудиту запасів, а також це дозволить виявити нетипові порушення, які притаманні конкретно діяльності досліджуваного підприємства [3].

Таким чином, запаси відіграють значну роль у діяльності підприємств, тому важливо забезпечити якісний аудит, який допоможе ефективно управляти процесами пов'язаними з запасами та розробити дієві заходи для покращення контролю над ними.

Список використаних джерел:

1. Фабіянська В. Ю., Пацар О. Г. Аудит виробничих запасів: організаційні та методичні аспекти. *Ефективна економіка*. 2017. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5546>

2. Пугаченко О. Б., Фоміна Т. В. Методика аудиту операцій з виробничими запасами. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки: зб. наук. пр.* 2008. № 13. С. 119-130.

3. Бунда О. М., Вітюк Т. І. Аудит запасів виробничих підприємств. *Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку*. 2020. № 23. С. 78-86.





Кадигроб С., здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник - **Рудич А. І.**, к.е.н., доцент,
завідувачка кафедри економічної теорії та економічних досліджень
Полтавський державний аграрний університет

ЗВІТ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ (ЗВІТ ПРО СУКУПНИЙ ДОХІД): ЗМІСТ ТА СТРУКТУРА

Фінансовий результат (прибуток, збиток) характеризує всі сторони фінансово-господарської діяльності підприємства. Він є частиною доходу суспільства і повинен використовуватися для подальшого розвитку виробництва і поліпшення матеріального становища всіх працівників, зайнятих у виробництві.

Величина фінансового результату є базисом, який забезпечує не тільки життєздатність суб'єкта господарювання, а й відображає рівень результативності, прибутковості господарської діяльності, можливості кількісного зростання основних економічних показників та характеризує потенціал стійкого розвитку підприємства.

Згідно Н(П)СБО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» затвердженого Наказом Міністерства фінансів України № 73 від 07.02.2013 звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід) - звіт про доходи, витрати, фінансові результати та сукупний дохід [2].

Метою складання є надання користувачам повної, правдивої і неупередженої інформації про доходи, витрати, прибутки і збитки та сукупний дохід підприємства за звітний період. У звіті про фінансові результати наводяться доходи і витрати, які відповідають критеріям, визначеним в національних положеннях (стандартах) бухгалтерського обліку[1].

Формування інформації у Звіті про фінансові результати регулюється Методичними рекомендаціями щодо заповнення форм фінансової звітності, затвердженими Наказом Міністерства фінансів України №433 від 28. 03. 2013р.

Звіт про фінансові результати складається із чотирьох розділів: I «Фінансові результати»; II «Сукупний дохід»; III «Елементи операційних витрат»; IV «Розрахунок показників прибутковості акцій».

Отже, звіт був доповнений новим розділом «Сукупний дохід», визначення якого представлено у НП(С)БО 1: це зміни у власному капіталі протягом звітного періоду внаслідок господарських операцій та інших подій (за винятком змін капіталу за рахунок операцій із власниками) [2].

Розділ I «Фінансові результати» умовно можна поділити на: чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг); собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг); фінансовий результат від операційної діяльності; фінансовий результат до оподаткування; чистий фінансовий результат.

Зміст статей у даному розділі не змінився, але їх стало менше, та відбулися зміни в нумерації рядків. Також при необхідності можуть додаватися





додаткові статті, такі як: чисті зароблені страхові премії; премії підписані, валова сума; премії, передані к перестраховання; зміна резерву незароблених премій, валова сума; зміна частки перестраховиків у резерві незароблених премій; чисті понесені збитки за страховими виплатами; дохід (витрати) від зміни у резервах довгострокових зобов'язань; дохід (витрати) від зміни інших страхових резервів; зміна інших страхових резервів; зміна інших страхових резервів, валова сума; зміна частки перестраховиків в інших страхових резервах; дохід від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю; дохід від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції; витрати від зміни вартості активів, які оцінюються за справедливою вартістю; витрат від первісного визнання біологічних активів і сільськогосподарської продукції; дохід від благодійної допомоги, прибуток (збиток) від припиненої діяльності після оподаткування.

До II розділу «Сукупний дохід» відносяться статті дооцінки чи уцінки необоротних активів та фінансових інструментів, накопичених курсових різниць, частки іншого сукупного доходу асоційованих та спільних підприємств, інших сукупних доходів, інших сукупних доходів до оподаткування, інших сукупних доходів після оподаткування, податок на прибуток, пов'язаний з іншим сукупним доходом, та сума сукупних доходів.

Зміст та суть III розділу «Елементи операційних витрат», та IV «Розрахунок показників прибутковості акцій» не змінилися. У розділі III як і раніше відображаються: матеріальні затрати; витрати на оплату праці; відрахування на соціальні заходи; амортизація та інші операційні витрати, а у IV розділі: середньорічна кількість простих акцій, скоригована середньорічна кількість простих акцій, чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію; скоригований чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію, дивіденди на одну просту акцію.

У Звіті про фінансові результати (форма 2-м) відображаються доходи, витрати, прибутки або збитки від господарської діяльності за звітний період. Структура Звіту про фінансові результати суб'єктів малого підприємництва побудована відповідно до структури Плану рахунків бухгалтерського обліку активів.

Дані цього Звіту дозволяють побачити структуру доходів і витрат, інформацію для визначення прибутковості і рентабельності діяльності суб'єктів господарювання. Технологія заповнення Звіту про фінансові результати суб'єкта малого підприємництва (ф. №2-м) представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Технологія заповнення Звіту про фінансові результати суб'єкта малого підприємництва (ф. №2-м)

Статті	Рядок	Взаємозв'язок з Планом рахунків
Чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг)	2000	70
Разом доходи	2280 = 2000 + 2120 +	





Статті	Рядок	Взаємозв'язок з Планом рахунків
	2140	
Собівартість реалізованої продукції (товарів, робіт, послуг)	2050	90, 91
Інші операційні витрати	2180	92, 93, 94
Інші витрати	2270	95, 97
Разом витрати	$2285 = 2050 + 2180 + 2270$	
Фінансовий результат до оподаткування	$2290 = 2080 - 2285$	
Чистий прибуток (збиток)	$2350 = 2290$	

Фінансові результати є важливою складовою діяльності підприємства, адже вони характеризують всі сторони фінансово-господарської діяльності. Фінансові результати відображають більшість аспектів діяльності аграрного підприємства: продуктивність праці, ступінь використання основних засобів, обсяг ціни реалізації продукції, тощо. Така інформація повинна бути доречною, надійною, зрозумілою та порівнюваною.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: , Наказ Міністерства фінансів України №433 від 28 березня 2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>

2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України № 73 від 07 лютого 2013 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.





Козаченко Д.М., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Мардус Н.Ю.**, д.е.н, доцент,
професор кафедри обліку та фінансів,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОБЛІКУ, АУДИТУ ТА АНАЛІЗУ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Найсуттєвішим показником, що характеризує фінансовий стан підприємства і сприяє ефективному використанню всіх його наявних ресурсів, є власний капітал. Тому питання його формування, використання та управління мають важливе значення в управлінні діяльністю підприємств, також можна додати, що власний капітал є основою стійкого росту та фінансової стійкості. Інформація про власний капітал є підґрунтям для аналітичних прогнозів щодо майбутнього розвитку підприємства. Таким чином, вагомим завданням будь-якого підприємства є зростання власного капіталу.

Власний капітал є основним, початковим та умовно безстроковим джерелом погашення збитків підприємства, його величина є важливою економічною категорією, яка характеризує, з одного боку, ступінь фінансової самостійності, а з іншого – платоспроможність підприємства [1].

Обліково-аналітичне забезпечення обліку формування і змін власного капіталу на підприємствах сприяє підвищенню повноти та достовірності інформації, що відображається у фінансовій звітності, створює інформаційну базу щодо аналізу змін власного капіталу і дозволяє користувачам фінансової звітності приймати обґрунтовані та ефективні управлінські рішення [2]. Тому на сучасному етапі питання щодо удосконалення обліку, аналізу і аудиту щодо формування і змін власного капіталу є дуже актуальним.

Під капіталом підприємства слід розуміти сукупність власних та позикових фінансових ресурсів, які є в розпорядженні підприємства, за рахунок яких фінансуються матеріальні та нематеріальні ресурси суб'єкта господарювання під час здійснення різних видів діяльності з метою реалізації головної цілі підприємства [3]. Тому, актуальність дослідження даного питання підтверджується ще і фактом, що власний капітал, як частка капіталу підприємства, забезпечує інтереси власників підприємства та є важливим індикатором ефективності діяльності підприємства та інструментом управління фінансовим станом суб'єкта господарювання.

За результатами аналізу структури капіталу підприємств України спостерігаємо, що за період 2016-2020 роки зріс розмір показників капіталу підприємств у динаміці на 27% у 2020 році в порівнянні з 2016 роком, що вказує на розширення і прибутковість діяльності вітчизняних підприємств. Причому, спостерігаємо зростання позичкового капіталу у 2020 році на 23,8%, а власного капіталу відповідно на 36,6%.

З аналізу структури капіталу підприємств України встановлено, що за період з 2016 року по 2020 рік, у складі капіталу вітчизняних підприємств



найбільший обсяг мав позиковий капітал, що є негативною тенденцією, оскільки така ситуація свідчить про залежність суб'єктів господарювання від позикових ресурсів. Проблеми дефіциту власного капіталу мають негативний вплив на впливає на фінансовий стан та рівень фінансової незалежності суб'єктів господарювання, платоспроможність та ефективність функціонування вітчизняних підприємств, тому, і досі, питання формування і зміни власного капіталу в обліку, аналізі і аудиті (контролі) є актуальними і потребують подальшого дослідження.

Основним інформаційним джерелом, де акумулюється та узагальнюється необхідна інформація, є бухгалтерський облік та фінансова звітність підприємства, яка, в свою чергу, є джерелом інформації для потреб аналізу і аудиту. Тому, на сьогодні, для підприємств виняткове значення мають удосконалення обліку, аудиту та аналізу власного капіталу, неупереджене відображення цієї інформації у фінансовій звітності для потреб, як внутрішніх користувачів, від яких залежить прийняття обґрунтованих управлінських рішень, та і зовнішніх.

За результатами аналізу стану сучасних наукових досліджень щодо обліку, аудиту та аналізу власного капіталу підприємства встановлено, проблематика власного капіталу з позиції обліку і аудиту (внутрішнього контролю) складає приблизно 65% та аналізу 35% відповідно, що в результаті дали змогу окреслити проблемні питання, а саме, що власний капітал розглядається науковцями з точки зору ресурсного, майнового забезпечення і структурного характеру, що розкривається через активи. Ця тема залишається дискусійною, актуальною і перспективною, чим і підтверджено доцільність її подальшого дослідження і розуміння поняття «власний капітал» в обліку, аудиті та аналізі.

Встановлено, що підходи до тлумачення поняття «власний капітал» в науковому просторі відбувається в бухгалтерському аспекті, де власний капітал визначається як фактична чиста вартість підприємства, що включає вкладений його засновникам капітал у розмірі вартості активів та інвестований капітал у підприємство, а також прибутком, інвестиціями для капітальних вкладень, резервами майбутніх витрат і ризиків.

За економічним аспектом, роль власного капіталу полягає в забезпеченні підприємства власними фінансовими ресурсами, де власний капітал є головним джерелом фінансового забезпечення діяльності підприємств. Іншими словами, власний капітал в економічному аспекті розглядається, як загальна вартість засобів підприємства, які належать йому і використовуються ним для формування певної частини активів підприємства і створюють додаткової вартості, яка полягає в забезпеченні підприємства власними коштами і залученими коштами (інвестиціями) для здійснення ефективної господарської діяльності.

Основними завданнями організації обліку власного капіталу є: забезпечення обліку даних та узагальнення інформації про стан і рух власного



капіталу; контроль за правильністю і законністю формування власного капіталу; своєчасне, повне, правильне відображення розміру і всіх змін власного капіталу; контроль за раціональним розподілом прибутку за відповідними фондами; організація аналітичного обліку на рахунках власного капіталу для своєчасного отримання достовірної інформації; правильне відображення в реєстрах обліку і звітності операцій з власним капіталом [4].

Формування власного капіталу та фінансово-господарські операції, що впливають на його розмір, становлять не тільки сутність фінансово-господарської діяльності суб'єкта господарювання, а й його конкурентоспроможність та подальший розвиток. Уся інформація щодо стану та змін у складі власного капіталу підприємств відображається у Звіті про власний капітал, що складається за формою, затвердженою НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» [5, 6].

Таким чином, організація бухгалтерського обліку, аудиту та аналізу власного капіталу підприємства здійснюється у відповідності до основних вимог організації цих процесів та з метою забезпечення внутрішніх і зовнішніх користувачів достовірною, повною і неупередженою інформацією, що розкривається у фінансовій звітності.

Список використаних джерел:

1. Олійник І. В. Власний капітал як фінансове джерело функціонування підприємства. *Вісник податкової служби України*. 2013. № 65. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/studconf/387.pdf>.
2. Люта О.В., Галич О.О., Пігуль Є.І. Аналіз ефективності формування та використання капіталу вітчизняних підприємств. *Інфраструктура ринку*, Вип.25, 2018. С. 353-357.
3. Мардус Н. Ю., Брік С. В. Аспекти організації обліку і фінансової звітності *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2014. Вип. 9, ч. 6. С. 219-222.
4. Сидоренко Л.О., Кулінько О. І. Сутність та завдання облік власного капіталу. Сучасний стан і перспективи вдосконалення практичної підготовки студентів обліково-фінансового профілю: *Збірник доповідей науково-практичних конференцій студентів за результатами проходження виробничих та технологічних практик по спеціальностям*. Вип 7, 2019 р. Полтава : ПДАА, 2019. 132 с.
5. Мардус Н. Ю., Корсунова К. Ю. Сутність фінансових результатів підприємства і визначення їх місця у обліку, аудиті та аналізі. *Інноваційно-інвестиційне забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України : кол. монографія / ред. О. В. Манойленко. Х. : НТУ "ХП", 2017. Р. 1. С. 29-37.*
6. Мардус Н. Ю. Правові засади аудиту фінансової звітності. *Інформаційні технології: наука, техніка, технологія, освіта, здоров'я = Information technologies: science, engineering, technology, education, health : тези доп. 29-ї міжнар. наук.-практ. конф. MicroCAD–2021, [18-20 травня 2021 р.] : у 5 ч. Ч. 3 / ред. Є. І. Сокол. Харків : Планета-Прінт, 2021. С. 134.*



СИСТЕМА СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

З переходом української економіки до ринкових умов, з ростом динамічності зовнішнього середовища, підприємства зіткнулися з необхідністю впровадження нових методів та інструментів стратегічного управління. Одним з таких інструментів в умовах цифровізації є стратегічний контролінг, що об'єднує процеси обробки стратегічної інформації, аналізу, планування та контролю діяльності підприємства.

Практику контролінга було запозичено з Великої Британії як частину загальноприйнятої практики бізнесу відповідно до вимог правил «Company Acts», що було розроблено ще у XVIII столітті. Термін «controlling» зародився в Америці, потім в 70-х роках поняття «контролінгу» перейшло в Західну Європу, а пізніше, на початку 90-х років — у СНД. Цей термін поєднує дві складові: контролінг як філософія і контролінг як інструмент (табл. 1).

Таблиця 1

Складові контролінгу

Контролінг	
Складова № 1	Складова № 2
Контролінг як філософія	Контролінг як інструмент

Отже, контролінг — це філософія і спосіб мислення керівників, що орієнтовано на ефективне використання ресурсів і розвиток підприємства у довгостроковій перспективі.

Сучасні вчені-економісти вважають, що контролінг — це орієнтована на досягнення цілей інтегрована система інформаційно-аналітичної й методичної підтримки керівників у процесі планування, контролю, аналізу й прийняття управлінських рішень у всіх функціональних сферах діяльності підприємства.

Контролінг — це технологія керування різними напрямками фінансово-господарчої діяльності компанії, що включає в себе: визначення цілей діяльності; відбиття цих цілей у системі ефективних і збалансованих показників (KPI); регулярний контроль (вимірювання) фактичних значень показників; аналіз і виявлення причин відхилень фактичних значень показників від планових; прийняття на цій основі управлінських рішень задля мінімізації відхилень [1; 2; 3; 4].

В найбільшій мірі поняття контролінгу відповідає українському слову «координування», але це поняття все більше наближається до таких визначень як «керівництво», «регулювання», «управління» та виражає нову концепцію управління в сучасному менеджменті.

Вагомий внесок у розвиток теоретичних та практичних питань стратегічного контролінгу здійснили такі західні вчені-економісти: Й. Вебер, А. Дайле, Д. Джексон, Р. Ентоні, Е. Майер, Т. Райхман, К. Серфлінг, Д. Хан, П.



Хорват, а також вчені-економісти України та країн СНД, зокрема: О. О. Ананькіна, С. Ф. Голов, Н. Г. Данілочкіна, І. М. Дашко, В. Б. Дзьоба, О. М. Кармінський, В. А. Міщенко, С. Н. Петренко, М. С. Пушкар, В. П. Савчук, Л. А. Сухарева, О. О. Терещенко та ін., але відкритими залишаються питання напрямів стратегічного контролінгу та методів контролінгу на підприємстві [1].

Аналізуючи погляди вчених-економістів щодо методів контролінгу, можна зробити такі висновки, що контролінг розглядається як поєднання усіх функцій менеджменту: планування, обліку, аналізу та контролю. Найбільша увага приділяється плануванню, обліку та аналізу, проте контроль у розглянутих дослідженнях відіграє другорядну роль і його методи не розглядаються як методи контролінгу.

Визначаються такі методи (прийоми) контролю: формальна перевірка, арифметична перевірка, нормативно-правова перевірка, зустрічна перевірка, зворотне обчислення, хронологічна перевірка, взаємна перевірка, документування, порівняння норми із фактом, дослідження встановлених порушень (формулювання версій), групування недоліків за однорідними ознаками, аналітичне групування, економіко-правове обґрунтування результатів контролю, систематизація результатів контролю, завершальне документування результатів контролю.

Також, більшість науковців визначають серед методів контролю документальні та фактологічні методи контролю. Ці методи, безперечно, необхідні, проте вони не забезпечують контроль повною інформацією. Тому деякі науковці визначають додатково групу розрахунково-аналітичних методів, яких є надзвичайно багато, і які також можуть використовуватися в процесі контролю (табл. 2).

Таблиця 2

Методи контролю

1.	Документальні методи
2.	Фактологічні методи
3.	Розрахунково-аналітичних методи

Завданням системи контролінгу є збір та обробка інформації про фінансово-економічний стан підприємства таким чином, щоб менеджери могли приймати ефективні управлінські рішення. Отже, українськими дослідниками пропонується поділити методи контролінгу на дві основні групи, а саме: методи збору інформації та методи оброблення інформації (табл. 3).

Таблиця 3

Групи методів контролю

1.	Методи збору інформації
2.	Методи оброблення інформації

Таким чином, для збору інформації система контролінгу використовує документальні та фактологічні методи, за допомогою яких визначаються відхилення досліджуваних показників.



Для оброблення отриманої інформації використовуються експертні методи, методи економічного аналізу та методи моделювання.

Критерії контролінгу поділяються на групи за певними ознаками:

- 1) за критерієм якості інформації, яка надходить в систему контролінгу;
- 2) за критеріями відбору підконтрольних показників;
- 3) за оцінюванням результативності контролінгу.

Отже, сформована класифікація методів та критеріїв доповнює концепцію контролінгу. Подальші дослідження необхідно спрямувати на деталізацію методів та критеріїв залежно від об'єкту дослідження [2].

Таким чином, система стратегічного контролінгу є новим напрямом, що включає методи та принципи стратегічного управління задля ефективної діяльності підприємства в сучасних умовах цифровізації.

Список використаних джерел:

1. Дашко І. Стратегічний контролінг на підприємстві: його сутність, значення, основні методи та інструменти. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 20. С. 25-29. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/20_2016/7.pdf.
2. Дзьоба В. Методи та критерії в системі контролінгу. *Інвестиції: практика та досвід*. 2013. № 12. С. 69-73. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/12_2013/19.pdf.
3. Kerr, J., Rouse, J., & de Villiers, C. (2015). Sustainability reporting integrated into management control systems. *Pacific Accounting Review*, 27(2), 189–207.
4. Dr. Mohamed El-Sayed El-Toukhy. (2021). THE IMPORTANCE OF IMPLEMENTATION AND STRATEGIC CONTROL IN THE EFFECTIVENESS OF STRATEGIC PLANS. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 18(4), 3271-3290. Retrieved from <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/6803>.



Конюхов Д. М., здобувач вищої освіти
СВО Магістр ОПП Облік і оподаткування

Шершова В.О., здобувач вищої освіти
СВО Бакалавр ОПП Облік і оподаткування,

Науковий керівник – **Кононенко Ж. А.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри
кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавський державний аграрний університет

ОФОРМЛЕННЯ ДОГОВОРІВ В ЕЛЕКТРОННОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Господарський договір є ключовим аспектом організації відносин між суб'єктами господарювання і, особливо, ефективним балансиrom організації господарських зв'язків, ведення господарської діяльності та дієвим інструментом і засобом її планування. Безпосередньо підписання сторонами господарського договору є формою вираження господарського зобов'язання, оскільки йому притаманний особливий суб'єктивний склад, специфіка діяльності суб'єктів господарювання, а також предмет і мета, для досягнення якої укладається цей договір [1].

Головною умовою господарського законодавства щодо ведення бізнесу є ефективна координація діяльності суб'єктів господарювання, тому господарським договорам, як базовим методам організації відносин між суб'єктами господарювання та дієвим інструментам правової організації господарського життя суспільства, належить провідне місце в системі господарського права України [1].

При введенні нового документа необхідно вказати (Шлях: Інфо→Дерево об'єктів аналітичного обліку→Контрагенти і договори→Контрагенти→Фізичні особи» (для введення даних щодо засновників (рис. 1, 2):

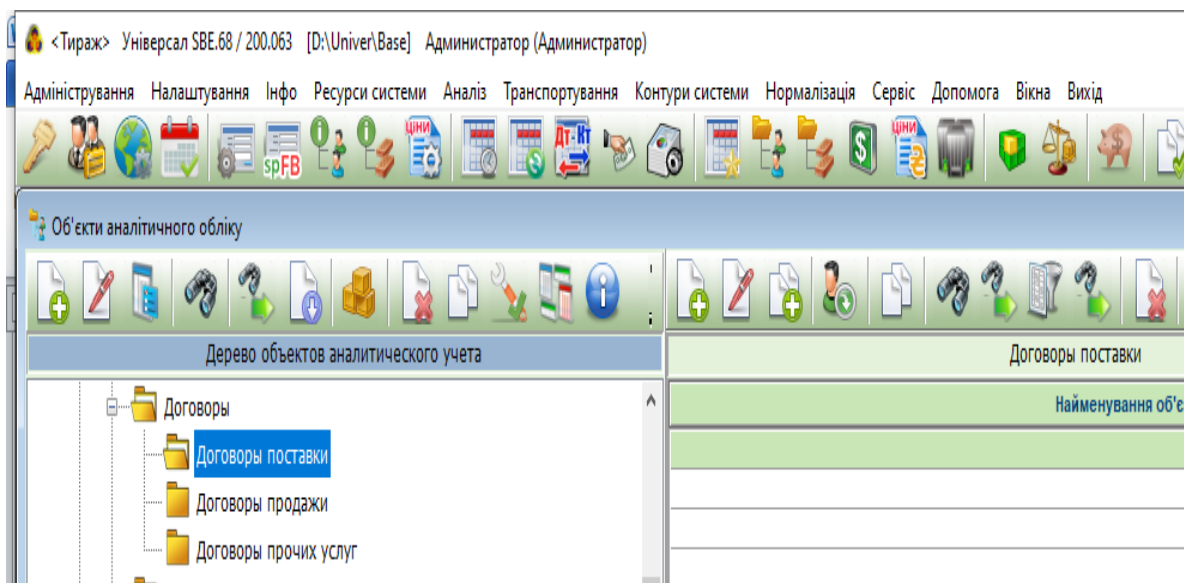


Рис. 1.Формування договорів



- номер договору зовнішні (номер договору суб'єкта господарювання);
- дату укладання договору;
- дату початку дії договору, дату закінчення договору;
- зі списку штатних одиниць відділу продажу вибрати посаду відповідального співробітника за супровід цього договору;
- з групи об'єктів аналітичного обліку, обрати контрагента-покупця.

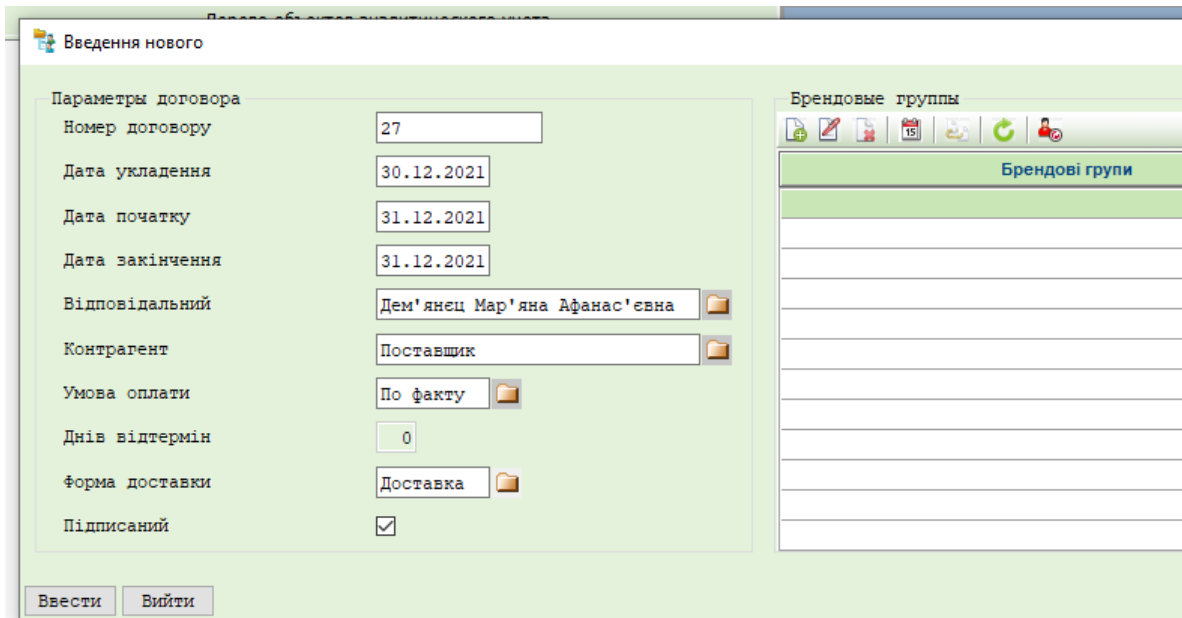


Рис. 2. Ведення первинних параметрів одговору

Необхідно зауважити, що кожній посаді надано код (4 символи) - маршрут збуту, а для кожного по батькові контрагента введена п'ятисимвольна нумерація. З таких кодів формуються внутрішній номер договору, наприклад, 215110017-1, де 2151 – код посадки, 10017 – номер контрагента, 1 – номер по порядку договору з цим контрагентом для обраного коду посадки.

Умовою оплати за замовчуванням встановлено «За фактом», але є альтернативне рішення - відстрочка. Другий варіант передбачає вказівку днів відстрочки. Формою доставки крім підприємством - продавцем може бути обраний самовивіз. Вибір типу ціни є обов'язковим з масиву цін, налаштованих у прейскуранті це зі знижкою. Значення поля «Сегмент» (сегмент ринку) вибирається з однойменного довідника та ідентифікується латинською літерою. У разі відмови від вибору сегмента використовуються всі сегменти ринку.

За умови підписання договору (установка ознаки в однойменному полі) клавішами <Alt>-<Ins>, може бути створена додаткова угода. У разі встановлення ознаки «Наявність специфікації» стає активною закладка «Специфікація» для введення останньої.

Клавішами F3 можна отримати картку договору, тобто інформацію про всі операції за участю вибраного документа, а також сальдо та обороти по ньому, відкриваючи необхідну закладку.

При веденні початкових залишків засновників, необхідно вести даних



контрагентів (Шлях: Інфо→Дерево об'єктів аналітичного обліку→Контрагенти і договори→Контрагенти→Фізичні особи»). При збішенні статутного капіталу оформлення документів залежить від виду внеску. При цьому формування договору відбувається в відповідності до контрагента.

Список використаних джерел:

1. Мокієнко Т. В., Прийдак Т. Б., Ліпський Р. В. Господарські договори: сутність, значення, види та порядок укладання. *Ефективна економіка*. 2019. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7007>.

2. Мокієнко Т. В., Черненко К. В. . Особливості, переваги та недоліки програмних продуктів («Універсал 7: ERP» та «BAS Бухгалтерія») *Бухгалтерський облік як наука; від основ до наукової картини світу* [колективна монографія] / за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. Київ : «Центр учбової літератури», 2021.С. 222 – 234.

3. Мокієнко Т. В., Прийдак Т. Б. Організація роботи з програмним продуктом Universal (ERP) версія 7). *Модернізація освітньої діяльності та проблеми управління якістю підготовки фахівців в умовах джиталізації: Матеріали науково-методичної конференції, 25-25.02.2021 р., м. Полтава*. 2021. С. 177 – 179.





ДОСЛІДЖЕННЯ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ «КОНТРОЛІНГ»

В теорії управління та економіки підприємства дискусійним питанням є дослідження поняття «контролінг». Теоретичні та методологічні положення щодо даного питання є суперечливими та потребують уточнення з врахуванням трансформаційних процесів в підходах до визначення поняття.

Поняття «контролінг» (англ. «controlling») має англійські лінгвістичні корені. Вперше почало використовуватися німецькою школою ділового адміністрування і спочатку найбільше відповідало українському слову «координування».

В сучасних умовах розвитку інформаційних технологій дане поняття носить більше значення «керівництво, регулювання, управління», що зумовлено новою концепцією управління, породженою практикою сучасного менеджменту [1; 2].

В економічній літературі наявні різні підходи до визначення поняття «контролінг». Так, в словниках контролінг визначається як система безперервного інформування керівництва про діяльність підприємства [3], постійна оцінка діяльності підприємства для виконання завдань стратегічного характеру [4], економічна робота менеджменту підприємства в напрямку реалізації фінансово-економічної інформативної функції для прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень [5].

Визначення поняття «контролінг» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «контролінг»

Автори	Визначення
Р. Манн, Е. Майєр	Контролінг як система управління підприємства з метою максимізації прибутку.
В.Б. Івашкевич	Контролінг як система управління підприємства досягнення кінцевих цілей та результатів діяльності в напрямку максимізації прибутку.
А. Дайле	Контролінг – це процес регулювання діяльності підприємства і зокрема співставлення фактичних планових показників.
А. Вайсман	Контролінг як стратегічне планування та здійснення робіт, пов'язаних з функціонуванням підприємства.
Д. Хан, Т. Райхман	Контролінг – це інформаційна база зорієнтованого на результат управління підприємством з метою збереження та ефективного розвитку в напрямку оптимізації фінансового результату у рамках соціальних цілей.
Х.Й. Фольмут	Зміст контролінгу полягає в орієнтації будь-якої його системи на цілі, майбутнє та вузькі місця з метою планування, контролю та регулювання.
Н.Г. Данілочкіна	Контролінг – це економічна робота підприємства, спрямована на реалізацію фінансово-економічної функції в менеджменті з метою прийняття оперативних та стратегічних управлінських рішень.



Автори	Визначення
Є.О. Уткін	Контролінг виступає як діяльність підприємства з метою оптимізації прибутку в короткостроковому плані та гармонізації відносин з навколишнім середовищем в довгостроковому плані.
А.М. Кармінський	Контролінг – системне управління та спосіб мислення керівництва підприємства з метою забезпечення його ефективного довгострокового функціонування.
С.М. Петренко	Контролінг – це обліково-аналітична підсистема в інформаційно-аналітичній системі управління підприємством. При цьому використовує як традиційні обліково-аналітичні прийоми (систематичний контролінг), так і дієві управлінські рішення в оперативному і стратегічному плані (проблемний контролінг).
В.Р. Планкетт, Г.С. Аллен, Р.Ф. Агтнер	Контролінг як функція, яка наближає цикл управління до повного кола, тобто це керуючий механізм, який пов'язує всі попередні функції організації, укомплектування персоналом і ведення до цілей планування.
С.П. Роббінс, М.К. Коултер	Контролінг як процес моніторингу, порівняння та коригування продуктивності роботи.

Дослідивши вище наведені визначення, вважаємо, що контролінг інтегрує процеси збору, обробки, аналізу інформації про діяльність підприємства та, відповідно, є джерелом інформації для прийняття управлінських рішень в стратегічному та тактичному плані.

Список використаних джерел:

1. Контроллинг как инструмент управления предприятия / Под ред. Н.Г. Данилочкиной. М.: Аудит, ЮНИТИ, 2001. 279 с.
2. Карминский А.М., Оленев Н.И., Примаков А.Г., Фалько С.Г. Контроллинг в бизнесе. Методологические и практические основы построения контроллинга в организациях. М.: Финансы и статистика, 2002. 256 с.
3. Рыночная экономика: Словарь / Под общ. ред. Купермана Г.Я. М.: Республика, 1995. 659 с.
4. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 1999. 892 с.
5. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. Львів: Вид-во Держ. ун-ту «Львівська політехніка», 1996. 384 с.





ОСОБЛИВОСТІ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕСТАЧ ЗВОРотної ТАРИ БАГАТОРАЗОВОГО ВИКОРИСТАННЯ ПРИ ПРОВЕДЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕКСПЕРТИЗИ

Суб'єкти господарювання, що займаються виробництвом чи торгівлею, зазвичай мають справу з операціями, пов'язаними з обігом тари, в якій здійснюється переміщення продукції (товару). Відповідно до Порядку [1], тара – основний елемент упакування, що є виробом для розміщення товару; зворотна тара – тара багаторазового використання, що належить до вторинних матеріальних ресурсів і підлягає повторному використанню.

Взаємовідносини відправників і одержувачів продукції і товарів щодо застосування, обігу і повернення засобів упакування багаторазового використання регулюються Правилами [2]. Такими засобами багаторазового використання є спеціалізовані контейнери, тара-обладнання, тара багаторазового використання, допоміжні пакувальні засоби і пакувальні тканини тощо. Відправниками і одержувачами є підприємства, що відповідно відправляють або одержують продукцію і товари в засобах упаковки багаторазового використання.

Після звільнення від продукції і товарів усі види засобів упакування багаторазового використання підлягають обов'язковому поверненню, якщо інше не передбачене вказаними Правилами [2] або договором. Засоби упакування багаторазового використання, що належать підприємству, повертаються йому незалежно від шляхів одержання товарів від виготовлювача чи організації матеріально-технічного постачання, а в тих випадках, коли виготовлювач продукції і товарів невідомий – відправнику (п.3 Правил [2]). При відвантаженні продукції і товарів у засобах упакування багаторазового використання відправник зобов'язаний виписувати сертифікат на їх повернення у двох примірниках, один з яких направляється одержувачу рекомендованим листом протягом двох днів після відвантаження продукції і товарів. При поверненні засобів упаковки багаторазового використання в супровідних документах вказується кількість і тип цих засобів, а також номер сертифікату, за яким здійснюється їх повернення.

Інколи виникають ситуації, коли покупець не повертає продавцю тару, за умови необхідності її повернення згідно з умовами договору. З метою встановлення фактичної наявності чи відсутності зворотної тари, проводиться інвентаризація активів згідно наказу керівника. Порядок проведення інвентаризації активів та зобов'язань врегульовано Положенням про інвентаризацію активів та зобов'язань [3]. Власники поворотної тари мають дотримуватися процедури інвентаризації. На активи, що знаходяться в дорозі, не оплачену у строк покупцями відвантажену продукцію (товари) та на ті активи, що перебувають на складах інших підприємств (на відповідальному зберіганні, на комісії, у переробці), складаються окремі інвентаризаційні описи



та перевіряється обґрунтованість сум, що відображені на рахунках бухгалтерського обліку.

В інвентаризаційному описі активи наводяться за найменуваннями в кількісних одиницях виміру, прийнятих в обліку, окремо за місцезнаходженням таких цінностей та особами, відповідальними за їх зберігання, з можливим виділенням за субрахунками та номенклатурою. Акти інвентаризації заповнюються з урахуванням об'єктів інвентаризації. При цьому мають бути забезпечені їх ідентифікація та співставлення з даними бухгалтерського обліку.

Бухгалтерською службою складаються звіряльні відомості активів і зобов'язань, у яких відображаються розбіжності між даними бухгалтерського обліку і фактичними даними. Вартість лишків і нестач цінностей в звіряльних відомостях наводиться відповідно до їх оцінки в регістрах бухгалтерського обліку. На активи, що належать іншим підприємствам, складаються окремі звіряльні відомості, копії яких надсилаються власнику. Результати інвентаризації на підставі затвердженого протоколу інвентаризаційної комісії відображаються у бухгалтерському обліку та фінансовій звітності того звітного періоду, у якому закінчена інвентаризація.

Звісно, що результати інвентаризації тари напряму залежать від того, до яких активів або зобов'язань вона була віднесена. Зокрема, для власника тари вона є активом і обліковується на балансі у складі відповідних оборотних (запасів) або необоротних активів.

Тара, строк корисного використання якої більше одного року (або операційного циклу, якщо він довший за рік), призначена для зберігання товарно-матеріальних цінностей на складах, у виробничих цехах, для транспортування товарно-матеріальних цінностей і багаторазового використання з метою здійснення технологічного процесу виробництва (металеві й дерев'яні бочки, цистерни, контейнери тощо), відображається на субрахунку 115 «Інвентарна тара» (п. 6.1. Методичних рекомендацій [4]).

Покупці обліковують поворотну тару поза балансом. Але інвентаризації підлягають активи і зобов'язання, які обліковуються на позабалансових рахунках, зокрема цінності, що не належать підприємству, але тимчасово перебувають у його користуванні, розпорядженні або на зберіганні. Покупці враховують отриману зворотну тару на позабалансовому субрахунку 02-3 «Матеріальні цінності на відповідальному зберіганні» за вартістю тари (п. 6.5 Методичних рекомендацій [4]). Після повернення тари постачальникові, її вартість списують з цього субрахунку.

Таким чином, нестачу зворотної тари багаторазового використання можливо виявити шляхом зіставлення фактичної її наявності з даними бухгалтерського обліку одночасно у власника та отримувача тари. Дослідження нестач товарно-матеріальних цінностей, в тому числі і зворотної тари, ґрунтується на первинних документах, які містять відомості про здійснені операції з надходження, переміщення та відпуску матеріальних цінностей. Первинні документи повинні містити обов'язкові реквізити, відповідно до



вимог Закону [5]. Операції з відпуску, переміщення, отримання зворотної тари можна дослідити на підставі договорів тимчасового користування тарою, транспортних та вантажних документів, приймальних ордерів, актів про приймання-передачі тари, журналів обліку вантажів. Аналітичний облік руху зворотної тари здійснюється в картках складського обліку, оборотних відомостях у розрізі найменувань, інвентарних номерів тари.

Тому дослідженню підлягають матеріали проведеної інвентаризації зворотної тари багаторазового використання у власника тари (наказ на проведення інвентаризації, інвентаризаційні описи, акт інвентаризації, протокол за результатами інвентаризації) та звіряльні відомості, складені отримувачем тари та передані власнику тари. Подальшому дослідженню підлягають первинні документи та реєстри бухгалтерського обліку власника тари багаторазового використання та реєстри позабалансового обліку отримувача стосовно тари, нестача якої виявлена в ході інвентаризації за визначений період.

Таким чином, нестача зворотної тари багаторазового використання документально підтверджуватиметься у разі перевищення кількісних показників тари за даними облікових документів власника тари щодо даних про її фактичну наявність, установлених під час інвентаризації у власника та отримувача тари. При відсутності даних інвентаризації власника та отримувача зворотної тари щодо її наявності, даних облікових документів власника та отримувача тари, підтвердити нестачу зворотної тари багаторазового використання економічною експертизою неможливо.

Список використаних джерел:

1. Порядок збирання, сортування, транспортування, переробки та утилізації використаної тари (упаковки): Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 02 жовтня 2001 р. № 224. Дата оновлення: 05.10.2001. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0866-01#Text> (дата звернення 14.02.2022).

2. Правила застосування, обігу і повернення засобів упаковки багаторазового використання на Україні: Наказ Міндержресурсів України від 16 червня 1992 р. № 15. Дата оновлення: 10.05.1993. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0015216-92#Text> (дата звернення 14.02.2022).

3. Положення про інвентаризацію активів та зобов'язань: Наказ Міністерства фінансів України від 02 вересня 2014 р. № 879. Дата оновлення: 03.11.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1365-14#Text> (дата звернення 14.02.2022).

4. Методичні рекомендації з бухгалтерського обліку запасів: Наказ Міністерства фінансів України від 10 січня 2007 р. № 2. Дата оновлення: 14.01.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0002201-07#Text> (дата звернення 14.02.2022).

5. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV. Дата оновлення: 01.07.2021 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення 14.02.2022).





ОСНОВНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Одним з найбільш головних видів ресурсів підприємства, який дозволяє йому ефективно забезпечувати своє функціонування, є інтелектуальний капітал. Він, в свою чергу, переростає у нематеріальні активи і є деяким специфічним видом основного капіталу, облікові операції з яким потребують належного контролю та організації. Тобто, нематеріальний актив - немонетарний актив, який не має матеріальної форми та може бути ідентифікований; немонетарні активи - усі активи, крім грошових коштів, їх еквівалентів та дебіторської заборгованості у фіксованій (або визначеній) сумі грошей; [1] але також слід зазначити, що нематеріальними визнаються лише ті активи, які створені самим підприємством і в майбутньому приведуть до економічної вигоди, або це можуть бути активи, права на користування якими було придбано в інших суб'єктів.

В сучасних умовах облік нематеріальних активів проводиться в автоматизованій комп'ютерній програмі «1С: Бухгалтерія», де використовуються такі звіти як: оборотно-сальдова відомість по рахунку, аналіз по рахунку та картка рахунку. В таких цифрових звітах відображаються залишки на початок і кінець періоду, обороти по дебету та кредиту за визначений період, обороти рахунку з іншими рахунками, а також містить в собі проведення по рахунку з конкретними значеннями об'єктів аналітичного обліку. [2, с. 208]. Дана електронна система значно спрощує організацію бухгалтерського обліку нематеріальних активів.

Одним з основних аспектів організації бухгалтерського обліку нематеріальних активів на підприємстві є чітке розуміння бухгалтера, що обліковується не об'єкт нематеріальних активів, а саме майнові права на нього. [3, с. 210]. Слід зазначити, що права інтелектуальної власності можуть охоплювати не всі матеріальні активи. Також однією особливістю організації є неможливість ведення обліку нематеріальних активів без їх оцінки, адже за допомогою неї дані активи або відображають у складі нематеріальних, або відносять на витрати підприємства.

Важливим фактором для правильного відображення операцій з нематеріальними активами в бухгалтерському обліку є вид діяльності, до якого належать дані операції з нематеріальними активами. Операції з нематеріальними активами, за правилом, відносяться до інвестиційної діяльності того чи іншого підприємства. Інформацію про операції з нематеріальними активами можна знайти та перевірити у Звіті про фінансові результати та у Звіті про рух грошових коштів, але у Звіті про фінансові результати – це «інша діяльність», а у Звіті про рух грошових коштів – це «інвестиційна діяльність». З цього можна зробити висновок, що одна й та сама



операція з нематеріальними активами у Звіті про фінансові результати відноситься до «іншої діяльності», а у Звіті про рух грошових коштів до «інвестиційної діяльності». [4, с. 224]

У зв'язку із залученням різних підрозділів до системи управління нематеріальними активами підприємства діяльність цих структурних підрозділів має бути належним чином регламентована та координована для належної організації процесу обліку. [5, с. 474]

Найбільш головним аспектом організації обліку нематеріальних активів є організація їх документування. Для оформлення господарських операцій, які відбуваються з нематеріальними активами, найбільш важливу роль відіграють знання користування форм типових форм документів. Такими документами можуть бути право на винахід чи модель, що підтверджується відповідними патентами та ліцензійними договорами або товарний знак, а також типові форми первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів: НА-1 «Акт введення в господарський оборот об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»; НА-2 «Інвентарна картка обліку об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»; НА-3 «Акт вибуття (ліквідації) об'єкта права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів»; НА-4 «Інвентаризаційний опис об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів». [8]

Процес організації обліку нематеріальних активів базується на трьох етапах: первинного, поточного і підсумкового обліку. Первинний облік включає в себе отримання первинних документів, оцінку фактів господарського життя нематеріальних активів, а також бухгалтерську перевірку документів. На етапі поточного обліку відбувається бухгалтерська обробка первинних документів та запис цих документів у відповідні облікові регістри (РСО та РАО). Завершачим етапом підсумковий облік, де підбиваються підсумки у регістрах та звіряються запаси у синтетичному та аналітичному обліку, який організовують на підставі кошторисів витрат, активів приймання-передачі та наказу про віднесення того чи іншого об'єкта до категорії «ноу-хау». Останньою ланкою обліку нематеріальних активів є складання звітності.

Контроль за збереженням об'єктів, який досягається завдяки правильного та своєчасного проведення інвентаризації є одною зі складових організації обліку нематеріальних активів. Оскільки дані активи мають специфічні характеристики, пов'язані з відсутністю кількісного вимірника та матеріальної форми, то їх інвентаризація має деякі особливості, які заключаються у перевірці необхідних первинних бухгалтерських та юридичних документів, які надають підтвердження фактичній наявності нематеріальних активів; у перевірці наявності прав власності підприємства та ті чи інші інтелектуальні нематеріальні об'єкти, ну і звичайно ж, перевірка на правильність заповнення та оформлення даної документації.

Отже, належна організація бухгалтерського обліку операцій з



нематеріальними активами є важливою передумовою забезпечення дієвого контролю ефективного використання підприємством своїх фінансових ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку в державному секторі 122 «Нематеріальні активи». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1018-10#Text>
2. Сучасні тенденції розвитку обліку, контролю й аналізу нематеріальних активів : монографія / за заг. ред. Ф.О.Журавки. Суми : Ярославна, 2015. 208 с.
3. Кузуб М. В., Кобзева О.В., Оцінка в бухгалтерському обліку. *Інновації в обліково-аналітичному забезпеченні та управлінні фінансовоекономічною безпекою держави, регіону, суб'єктів господарювання – міждисциплінарний підхід*: матеріали VII міжнар. наук.-практ. інтернетконф. для здобувачів вищ. освіти і молодих науковців, Харків - ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2018. С. 209-211.
4. Меліхова Т.О., Гамова О.В., Подмешальська Ю.В. Податковий облік і звітність на підприємстві : навч.-метод. посіб. Запоріжжя : ЗДІА, 2013. 224 с.
5. Білотор Л.В. Нематеріальні активи як елемент облікової політики. *Формування ринкової економіки*. 2015. №33. С. 474.
6. Кузуб М.В. Інструменти стандартизації фінансових даних. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/c902b121ed3493620cf96cfa0c166fca.pdf>.
7. Лещій Л.А., Кузуб М.В. Оцінка впливу інфляції на показники фінансової звітності. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік*: Міжнародна науково-практична конференція, присвячена 70- річчю КНТЕУ. 19-21 жовтня 2016 р., м. Київ.
8. Про затвердження типових форм первинного обліку об'єктів права інтелектуальної власності у складі нематеріальних активів. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1580-04#Text>





Кулик В.А., д.е.н., професор,
професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

Дагмар Шкодова-Пармова,
Південночеський університет (м. Чеське Будейовіце, Чеська Республіка)

ЕЛЕКТРОННИЙ БІЗНЕС: ПОТЕНЦІЙНІ ЗАГРОЗИ У ХХІ СТОЛІТТІ

Електронний бізнес – це вид підприємницької діяльності в основі якого знаходяться інформаційні технології та міжнародна співпраця. Для демократичних країн, цінностями яких є свобода, безпека, взаємовигідна співпраця та повага досуверенітету інших країн, переваги електронного бізнесу очевидні.

Підприємства, що працюють онлайн можуть використовувати міжнародну інфраструктуру (вони мають доступ до фінансових інвестицій, технологій, платіжних та логістичних систем тощо); можуть обирати юрисдикцію підприємства для оптимізації податків; мають можливість залучати працівників із будь-якої країни світу; потенційним ринком збуту для підприємств електронного бізнесу є всі жителі планети, які мають доступ до всесвітньої мережі. Ці переваги дозволяють підприємства електронного бізнесу підвищувати свою ефективність до масштабів, які не можна було уявити ще 50 років тому [1, 2, 4].

Зокрема, дохід компанії Apple у 2021 році склав \$365,82 млрд., прибуток – \$94,68 млрд. Ці цифри співвимірні із доходами таких країн як Бразилія (\$382,4 млрд), Республіка Корея (\$363,1 млрд), Нідерланди (\$352,6 млрд) у 2020 році.

За 2021 рік компанія Google виручила \$257,6 млрд, чистий прибуток склав \$20,642 млрд. Такі доходи співвимірні із доходами таких країн як Мексика (\$254,2 млрд), Бельгія (\$251,4 млрд), Швейцарія (\$251,3 млрд), Швеція (\$251,0 млрд) у 2020 році.

Компанія Microsoft отримала у 2021 році виручку у розмірі \$45,3 млрд, чистий прибуток – \$20,5 млрд. Ці цифри можна співставити з доходами та витратами бюджету України у 2021 році, вони складають \$48,5 млрд та \$39,8 млрд відповідно.

Українські компанії, що входять до системи електронного бізнесу в Україні мають значно менші обсяги діяльності. Наприклад, дохід Rozetka.ua у 2021 році склав 18 млрд грн, прибуток – 110 млн грн. Компанія Нова Пошта за 2021 рік отримала дохід у розмірі 16,9 млрд грн та прибуток – 991 млн грн.

Наведена інформація свідчить про зростання частки підприємств електронного бізнесу у світовій економіці. Якщо раніше найбільш прибутковими підприємствами були підприємства з видобутку та продажу корисних копалин, фінансові компанії, машинобудування, то зараз у топ-20 найуспішніших компаній світу входять підприємства, які забезпечують свою ефективність за допомогою технологій [3].



Зокрема, компанія Google, яка є творцем пошукової системи і ряду веб-проектів. Компанія Amazon – інтернет-сервіс з орієнтуванням на продаж реальних товарів, що користуються попитом у споживачів. Компанія IBM – виробник і постачальник апаратного і програмного забезпечення. Компанія Microsoft – найбільша транснаціональна компанія з виробництва програмного забезпечення для персональних комп'ютерів, ігрових приставок, ноутбуків і телефонів.

Проте, усі переваги електронного бізнесу у конкретній країні втрачаються у випадку її ізоляції від світового співтовариства.

Яскравою ілюстрацією реалізації мілітаристської загрози для підприємств електронного бізнесу є ситуація у Російській Федерації у 2022 році. Після нападу Російської Федерації на Україну, світовим співтовариством було накладено на неї економічні санкції. Визначним є той факт, що санкції накладалися не лише окремими країнами та їх об'єднаннями, а й окремими компаніями. Такі компанії як Apple, Google, Visa, Mastercard, Samsung, AMD, Intel, Netscout та інші, які створювали життєво необхідну інфраструктуру для підприємств електронного бізнесу, обмежили або припинили свою роботу у Російській Федерації.

Ці санкції негативно вплинуть на економіку Російської Федерації, зменшать розміри прибутків її партнерів. Проте, ці втрати є неспіввимірним із тими, що несе Україна.

Вторгнення в Україну російських військ та реакція України і світу на цю жахливу подію показали нам, що у ХХІ столітті мілітаристська загроза існує для кожної суверенної держави. Водночас, порушення міжнародного права спричиняє негативні наслідки для всіх учасників воєнного конфлікту.

Електронний бізнес, у якій би країні він не працював, є міжнародним. Запорукою його ефективного функціонування у планетарному масштабі є мир.

Список використаних джерел:

1. Кулик В.А. Інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень на підприємствах електронного бізнесу. *Випереджаючий інноваційний розвиток: теорія, методика, практика*: монографія. Суми: Триторія, 2018. 484 с. С. 255–267.

2. Кулик В.А. Перегляд теоретичних основ бухгалтерського обліку для побудови системи обліку підприємств електронного бізнесу. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 390-400.

3. Кулик В.А. Розвиток електронного бізнесу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2017. № 1. С. 168–176.

4. Кулик В.А. Розвиток бухгалтерського обліку на підприємствах електронного бізнесу. Полтава: РВВ ПУЕТ, 2017. 344 с.





НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЗМІСТОВНОСТІ ЗВІТНОСТІ

Для повної та всебічної оцінки економічної привабливості та перспективності господарюючого суб'єкта, усім зацікавленим користувачам необхідно мати достатню кількість інформації про результати його діяльності. Від достовірності та якості отриманої фінансово-економічної інформації залежить можливість прийняття ефективних управлінських рішень та максимальна результативність їх реалізації. Саме тому звітність підприємства повинна містити показники, аналіз та оцінка яких дасть змогу користувачам скласти реальний портрет підприємства з яким вони мають справу.

Для того щоб звітність була дійовим засобом управління та контролю, вона повинна відповідати всім вимогам, що висуваються до обліку. Вона має достовірно відображати ресурси підприємства, їх використання і фінансові результати діяльності. Показники звітності повинні бути об'єктивними, обґрунтовані перевіреними даними поточного обліку і підтверджені відповідними документами [1, с. 12].

Однак, в сучасній фінансовій звітності не передбачено багато важливої інформації, зокрема з виробництва й реалізації продукції, наявності й руху основних засобів, з чисельності й оплати праці, основних показників житлового і комунального господарств, формування та використання фондів економічного стимулювання. Відсутня інформація за такими показниками, як виробництво валової продукції, структура реалізації за видами, розподіл прибутку за видами і каналами тощо [2, с.69].

В свою чергу, користувачі звітності мають широке коло зацікавленостей та висувають значні вимоги до змістовності наданої їм інформації.

Відповідно до інформаційних інтересів різних груп споживачів обліково-звітних даних сучасна система обліку та звітності повинна забезпечувати досягнення наступних цілей [1, с. 25]:

- облік активів, зобов'язань і капіталу підприємства для формування періодичної публічної звітності про фінансовий стан і результати використання наявних ресурсів відповідно до вимог законодавства;
- інформаційне забезпечення розробки управлінських рішень;
- стратегічне планування основних господарських процесів на перспективу для розробки управлінських рішень, що стосуються майбутньої господарсько-фінансової діяльності.

Узагальнюючи зазначене, можна вважати, що облікова інформація повинна слугувати основою для здійснення процесів прогнозування, планування, нормування, аналізу і контролю, тобто виступати важливим засобом у прийнятті ефективних управлінських рішень [2, с. 70].

З метою підвищення інформативності звітності та її відповідності нинішнім запитам користувачів і сучасним бізнес реаліям, на нашу думку, є



доцільним складання підприємствами річного звіту-брошури (презентації), що буде містити основну характеристику їх господарської діяльності. Звіт буде у вигляді добірки презентаційних матеріалів, що характеризують становище підприємства на ринку, його ділову репутацію та досягнення у сфері виробництва продукції [2, с. 73].

Звіт-брошура (презентація) може містити такі розділи, табл. 1.

Таблиця 1

Звіт-брошура про основну характеристику діяльності підприємства
за _____ 202__ р.

Титульний аркуш	
Розділ 1 «Основні відомості про підприємство»	
1.1.	Місцезнаходження підприємства, його організаційно-правова форма, код за ЄДРПОУ, КВЕД
1.2.	Інформація про організаційну структуру
1.3.	Інформація про основні види діяльності (ліцензії, патенти, дозволи)
1.4.	Інформація щодо організації трудових відносин на підприємстві (чисельність робітників, фонд оплати праці, середня заробітна плата тощо)
Розділ 2 «Інформація про майновий стан та фінансово-господарську діяльність підприємства»	
2.1	Оцінка майнового стану підприємства та динаміка його зміни
2.2	Інформація про дебіторську і кредиторську заборгованість (склад і структура заборгованості, терміни її давності тощо)
2.3	Аналіз ліквідності
2.4	Аналіз ділової активності
2.5	Аналіз платоспроможності (фінансової стійкості)
2.6	Аналіз рентабельності
2.7	Аналіз фінансових результатів діяльності підприємства
2.8	Аналіз руху грошових потоків;
2.9	Аналіз вартості чистих активів.
2.10	Розрахунки підприємства з бюджетом за податками, зборами і обов'язковими платежами
Розділ 3 «Інформація про діяльність з виробництва продукції, надання робіт і послуг, збуту»	
Розділ 4 «Інформаційно-фахові ресурси»	
Розділ 5 «Інші інформаційні ресурси»	
Додатки	

Всі ці підрозділи будуть містити таблиці із розрахунковими показниками і порівняльними нормативними показниками.

- Розділ 3 «Інформація про діяльність з виробництва продукції, надання робіт і послуг, збуту». Доцільно навести дані про виробничу та збутову діяльність, сировинну базу, конкурентів, інформацію про основні ринки збуту та основних клієнтів підприємства. Якщо підприємство вважає за потрібне,



можна навести структуру собівартості продукції по статтях, маркетингову політику підприємства.

- Розділ 4 «Інформаційно-фахові ресурси» містить висновки перевірок контролюючих органів за звітний період, матеріали аудиторських перевірок тощо. Цього розділу може і не бути, якщо така інформація була відсутньою.

- Розділ 5 «Інші інформаційні ресурси». В цьому розділі може бути [2, с.74]:

- інформація про: ринкову вартість бренда (торгової марки) підприємства та інших нематеріальних активів;

- трансформація звітності у звітність за МСФЗ;

- інформаційно-менеджерські ресурси;

- інформаційно-історичні ресурси;

- інша інформація, яку вважає підприємство за доцільне тут розкрити, щоб забезпечити позитивне враження інвестора про підприємство, його успіхи та досягнення, плани на майбутнє тощо.

- Додатки (тут може бути вся документація підприємства, яка розкриває інформацію за розділами: статут, фінансова, податкова, статистична, управлінська звітність, первинні бухгалтерські документи, аудиторські й податкові перевірки, патенти, ліцензії, нагороди тощо) [2, с.75].

Точний обсяг звіту та його зміст кожне підприємство має визначити самостійно, виходячи зі свого розміру, масштабів діяльності та інформаційних запитів зацікавлених користувачів.

Запровадження даного звіту дозволить користувачам звітності реально оцінити економічне становище суб'єкта господарювання, його стабільність та фінансовий потенціал. А підприємствам складання запропонованого звіту дасть змогу підвищити свою інвестиційну привабливість, конкурентоспроможність на ринку та дозволить залучити додаткові кошти для подальшого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Корягін М.В. Проблеми та перспективи розвитку бухгалтерської звітності: монографія. Київ : Інтерсервіс, 2015. 276 с.

2. Кучеркова С.О. Вдосконалення складу звітності як шлях до підвищення інвестиційної привабливості підприємства. *Галицький економічний вісник*. 2021. № 2 (69). С. 69-75





Левченко З. М., к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Дугар В., здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Полтавський державний аграрний університет

ОЦІНКИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ СИСТЕМИ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВ

Актуальність питання при аудиті маркетингу полягає в постійній, повній та незалежній оцінці заключної стадії діяльності підприємств – процесів реалізації та формування кінцевого результату. Виробництво, управління, обслуговування процесів на підприємстві проводиться при періодичних перевірках маркетингового середовища, цілей, планів, стратегій і окремих форм маркетингової діяльності організації або її структурних підрозділів підприємства.

Аудит фінансової звітності - аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [2].

Маркетинговий аудит це частина загального аудиту, як окремого об'єкта дослідження збутової діяльності підприємства-клієнта. До переваг незалежно-го аудиту відносяться широта охоплення (розглядаються всі головні напрямки маркетингу організації, що допомагає визначити проблеми), системність (упорядковане вивчення мікро-і макро-маркетингової ситуації фірми), незалежність (фахівці-консультанти відрізняються об'єктивністю і високо професійним підходом, що додатково стимулюється високою оплатою праці), зниження ризиків (можливість помилок, пов'язаних з некомпетентністю співробітників, зводиться до мінімуму).

Відмінність зовнішнього маркетинг-аудиту полягає в комплексному підході експертів-аналітиків до розробки стратегії маркетингу організації, виробленні можливостей для закріплення позицій фірми на ринку [4].

Перевірка ефективності маркетингової діяльності підприємства базується на основі аудиту системи управління маркетингом.

Ціль маркетингового аудиту полягає у визначенні вузьких місць механізму управління маркетингом, а також розробці коригуючих впливів щодо підвищення ефективності управління маркетинговою діяльністю на підприємстві.

Маркетинговий аудит здійснюється за такими напрямками:

- маркетингове середовище (макросередовище - економічні, соціально-демографічні, природні та екологічні, технологічні, політико-правові та культурні чинники; мікросередовище - ринки, споживачі, конкуренти, дилери,



постачальники, посередники, громадськість);

- маркетингова стратегія;
- організація маркетингу (формальна структура, функціональна ефективність, ефективність взаємодії);
- продуктивність маркетингу (прибутковість, ефективність витрат);
- маркетингові функції [1].

Завдання аудиту системи збуту необхідно розглядати під призмою системи бухгалтерського обліку витрат на збут та системи управління в маркетинговому аудиті, які згруповані в табл. 1.

Таблиця 1

Завдання маркетингового аудиту системи збуту

№ пп.	Формулювання завдань маркетингового аудиту системи збуту
1	2
1.	Визначити проблеми управління збутовою діяльністю компанії в умовах маркетингової орієнтації.
2.	Сформувати уявлення про ієрархію збутових цілей
3.	Розкрити умови, що забезпечують стратегічну спрямованість торгових підприємств.
4.	Розкрити суть, цілі і завдання маркетингового аудиту системи збуту.
5.	Сформувати уявлення про модель маркетингового аудиту системи збуту і продемонструвати напрями стратегічного, тактичного аудиту і аудиту прибутковості системи збуту.
6.	Сформувати етапи процесу вивчення споживачів.
7.	Розкрити стратегічні рішення відносно сегментації ринку.
8.	Розкрити концепцію життєвого циклу ринку, продукту/послуги.
9.	Ознайомити з методикою вибору цільового ринку підприємства.
10.	Охарактеризувати конкурентну здатність позиціонування компанії.
11.	Переконати в необхідності використання стратегічного підходу в управлінні взаєминами з покупцями.
12.	Розкрити алгоритм стратегічного управління збутовим потенціалом і ризиками підприємства.
13.	Ототожнити роботу торгового персоналу згідно етапів продажу з роботою відділу маркетингу через принципи в роботі маркетингового аудиту на всіх рівнях.

Виділяють три етапи маркетингового аудиту:

1. Визначення спрямованості, масштабів, алгоритмів і технологій маркетингового аудиту. На цьому етапі представник компанії і аудитор узгоджують цілі, обсяг, глибину, джерела інформації, формат звіту і час проведення аудиту.

2. Збір і аналіз інформації, що стосується оцінюваних аспектів діяльності підприємства. Для мінімізації часу і вартості аудиту розробляється детальний план інтерв'ю (анкетування, опитування, інші методи аудиторського дослідження). При зборі інформації використовуються відомості, отриманих від співробітників обстежуваних виробничих підрозділів, працівників відділу маркетингу підприємства, споживачів продукції, торгових представників.



3. Оформлення та подання звіту за результатами аудиту. Аудитор проводить обговорення отриманих результатів і рекомендацій з фахівцями підприємства, що займаються вдосконаленням його маркетингової діяльності.

На думку Н. П. Фастівець, формування стратегічного набору маркетингових стратегій має відбуватися на трьох рівнях: корпоративному рівні, на рівні стратегічної бізнес-одиниці, на рівні товару [4].

Збутові стратегії, включають основні ознаки маркетингового аудиту:

- стратегія інтенсивного розподілу (передбачає розподіл товарів повсякденного попиту й призначена для широкого кола споживачів);
- стратегія селективного розподілу (пов'язана з оптимізацією кількості торгових посередників, щоб забезпечити охоплення ринку, необхідне виробнику);
- стратегія ексклюзивного розподілу (передбачає організацію розподілу ексклюзивних дорогих товарів).

Аналіз чинників середовища безпосереднього оточення повинно бути направлено на вивчення механізму взаємодії компанії із споживачем і іншими учасниками ринку. Потрібно відмітити, що на сучасному етапі в системі маркетингової взаємодії компанії переслідують ряд проблем, що негативно впливають на його збутову діяльність. Підкреслимо два аспекти, які в аудиті збутової діяльності спостерігаються на наших ринках: відсутність розуміння важливості людського ресурсу (персонал компанії як візитна картка, або майстер-клас по роботі компанії); і відсутність орієнтації на визначення і облік все зростаючого впливу збоку покупців на результати збутової діяльності і використання збутового потенціалу компанії.

Список використаних джерел:

1. Багорка М. О., Мартинюк В. В. Формування портфеля маркетингових інструментальних стратегій підприємств. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 4(1). С. 178-184. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/PSPE_print_2019_4%281%29__28 (дата звернення: 18.03.2022).

2. Міжнародні стандарти контролю якості, аудиту, огляду, іншого надання впевненості та супутніх послуг (видання 2016-2017 років). *Міністерство фінансів України*. URL: <https://mof.gov.ua/uk/mizhнародni-standarti-auditu> (дата звернення: 18.03.2022).

3. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність в Україні : Закон України від 17 груд. 2017 р. № 2258-VIII. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 27.03.2022).

4. Фастівець Н.П. Досвід реалізації маркетингової стратегії в діяльності підприємств АПК. *Вісник Полтавської державної аграрної академії*. 2012. №3. С. 137-141.



Лисенко А.М., к.е.н, доцент,
доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування
Акімов С.С.,
здобувач наукового ступеня «Доктор філософії»
за спеціальністю 071 «Облік і оподаткування»,
Центральноукраїнський національний технічний університет

ОСОБЛИВОСТІ АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ НА ОРГАНІЗАЦІЮ АУДИТУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Успішне функціонування сільськогосподарських підприємств в умовах конкурентного середовища значною мірою зумовлюється забезпеченістю системи менеджменту достовірною інформацією про наявні ресурси, їх використання, результати діяльності. В отриманні такої інформації важливе значення відводиться аудиту, огляду фінансової звітності, іншим професійним послугам, які надаються суб'єктами аудиторської діяльності з урахуванням положень Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» від 21.12.2017 р. № 2258-VIII (редакція від 01.08.2021 р.) [1] та інших норм чинного законодавства.

Водночас слід зазначити, що аудит на сільськогосподарських підприємствах тісно пов'язаний з характерними галузевими особливостями й сукупністю чинників впливу на результати господарської діяльності, які слід максимально враховувати у процесі проведення аудиту. Так, специфіка галузі обумовлює:

- правовий статус суб'єктів господарювання та особливості формування інтегрованих структур;
- використання земельних ресурсів як засобу виробництва, який за умови раціонального використання покращує свої властивості;
- наявність об'єктів обліку, відмінних від інших галузей національної економіки (довгострокові та поточні біологічні активи рослинництва й тваринництва, методологічні засади ведення обліку яких регламентуються Н(П)СБО 30 «Біологічні активи», затвердженим наказом Міністерства фінансів України від 18.11.2005 р. № 790 (редакція від 03.11.2020 р.) [2]);
- вплив на результати діяльності природно-кліматичних умов, графіку сівозмін, відносин власності на землю та майно, заходів державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників;
- особливості здійснення виробничого циклу, калькулювання собівартості сільськогосподарської продукції, формування фінансових результатів та складання звітності.

Специфіка організації й технології аграрного виробництва здійснює значний вплив на особливості ведення обліку та формування звітності. Так, у процесі планування діяльності та ведення обліку застосовуються специфічні реєстри, реєстри, нормативно-кошторисна документація, які слугують інформаційною базою для проведення аудиту. Набувають специфічного спрямування й завдання аудиту, зумовлені впливом галузевих особливостей.



У процесі аудиту слід оцінити загальний стан складського господарства, здійснити інвентаризацію залишків біологічних активів, дослідити встановлені схеми руху транспортних засобів з полів до місць зберігання сільськогосподарської продукції з урахуванням відстані перевезень та норм витрачання пального, перевірити повноту, достовірність та правильність ведення обліку й оприбуткування продукції рослинництва та тваринництва.

Аудитор повинен дослідити процес організації первинного обліку з метою встановлення його відповідності умовам діяльності підприємства та загальноприйнятим нормам, перевірити правильність заповнення первинних та зведених облікових документів, наявність у них усіх необхідних реквізитів, встановлених пунктом 2 статті 9 розділу III Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV (редакція від 01.07.2021 р.) [3], встановити відповідність даних, відображених у взаємопов'язаних облікових документах та формах звітності.

Розробляючи загальний план проведення аудиту, слід врахувати основні чинники впливу на господарську діяльність конкретного аграрного підприємства, систематизувати найбільш важливі характеристики організаційної структури суб'єкта господарювання та виробничих процесів, дослідити розподіл обов'язків у системі менеджменту, методологію ведення обліку, оцінити систему внутрішньогосподарського контролю, можливі ризики, встановити поріг суттєвості помилок для вирішення завдань аудиту за кожним видом господарських операцій.

Таким чином, враховуючи зазначені вище особливості аграрного виробництва аудитор забезпечує якісне планування аудиту, формування робочої та підсумкової документації, що у кінцевому рахунку сприяє підвищенню об'єктивності результатів перевірки.

Список використаних джерел:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2258-VIII (редакція від 01.08.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення: 24.03.2022).
2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: Наказ Міністерства фінансів України від 18 листопада 2005 р. № 790 (редакція від 03.11.2020 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1456-05#Text> (дата звернення: 24.03.2022).
3. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні : Закон України від 16 липня 1999 р. № 996-XIV (редакція від 01.07.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text> (дата звернення: 24.03.2022).





Лисенко А.М., к.е.н, доцент,

доцент кафедри аудиту, обліку та оподаткування

Козуб Т.А.,

здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти,

спеціальність 071 «Облік і оподаткування»,

ОПП «Облік і оподаткування в управлінні

підприємницькою діяльністю та державним сектором економіки»

Центральноукраїнський національний технічний університет

УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ З ВИРОБНИЦТВА ТЕХНОЛОГІЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Облік оплати праці на підприємствах України здійснюється з урахуванням норм чинного законодавства, проте має певні особливості, зумовлені специфікою діяльності конкретного суб'єкта господарювання.

Так, ТОВ «Завод технологічного обладнання», що знаходиться у м. Кропивницький, виготовляє обладнання для змішування та диспергування матеріалів у рідинних середовищах, яке використовується у лакофарбовій, харчовій, нафтопереробній, гірничій, хімічній, фармакологічній, косметичній промисловості. У виробничому процесі задіяні працівники різних професій, зокрема, інженери-конструктори, електрогазоварники, фрезерувальники, токарі, слюсарі, шліфувальники, малярі та ін. Особливості їхньої роботи позначаються на врегулюванні питань щодо організації праці та її оплати.

Трудові відносини між адміністрацією та колективом регулюються колективним договором, у якому зазначено зобов'язання адміністрації та трудового колективу у процесі формування виробничих та трудових відносин, організації робочого часу та відпочинку, забезпеченні зайнятості, соціально-трудова гарантії, оплати й охорони праці. На підприємстві затверджено штатний розклад, оплата праці здійснюється з урахуванням фактичного виробітку та фактично відпрацьованого часу, за затвердженими тарифами, окладами й системами, відрядними розцінками.

Для формування розміру заробітної плати кваліфікованого робітника підставою є тарифна сітка, що формується на підставі тарифної ставки робітника першого розряду й складається з шести тарифних розрядів та міжрозрядних коефіцієнтів. При здійсненні оплати праці керівників, спеціалістів та службовців виходять з посадових окладів.

Вагомими причинами нестабільності в роботі трудового колективу є відсутність належного рівня матеріального стимулювання за високі якісні параметри та високопродуктивну працю, а також суттєва відмінність у розмірах заробітної плати ідентичних спеціалістів на підприємствах схожого профілю в інших регіонах.

Погоджуємося з думкою Матюхи М.М. та Божок К.К., які зазначили, що «у сучасних умовах виникає необхідність запровадження гнучких форм та систем оплати праці, зокрема використання контрактних та безтарифних систем» [1, с. 34].



На думку Чепець О.Г. та Кінебас І.Ю., важливим напрямом удосконалення обліку оплати праці є посилення контролю за своєчасним та правильним розрахунком сум заробітної плати, виплат за надурочні роботи, за роботу у святкові дні, за здійсненням розрахунків у встановлені терміни [2, с. 227].

Необхідно розробити конкретизовані стимули матеріального заохочення для різних категорій працівників, адже рівень заробітної плати повинен відображати реальні досягнення кожного працівника, а розмір заробітної плати повинен залежати від особистого внеску працівника у кінцеві результати діяльності. Доцільним є удосконалення нормування праці як засобу регулювання її міри та оплати, обґрунтування вибору конкретних форм і систем оплати праці.

Для формування більш досконалої системи документообігу на підприємстві доцільно розробити власні форми первинних та накопичувальних документів з урахуванням особливостей діяльності та обсягу облікових робіт. Перелік розроблених форм документів необхідно відобразити у наказі про облікову політику.

Значний вплив на рух облікової інформації здійснює організаційна структура апарату управління та розподіл обов'язків між структурними підрозділами підприємства. Тому вдосконалення документообігу неможливе без одночасного удосконалення самої структури управління суб'єктом господарювання.

Отже, важливими напрямками удосконалення обліку оплати праці на підприємстві з виробництва технологічного обладнання є розробка конкретизованих стимулів матеріального заохочення для різних категорій працівників, удосконалення нормування праці як засобу регулювання її міри та оплати, обґрунтування вибору конкретних форм і систем оплати праці, розробка власних форм первинних та накопичувальних документів з урахуванням особливостей діяльності підприємства та обсягу його облікових робіт, вдосконалення документообігу за рахунок удосконалення самої структури управління суб'єктом господарювання.

Список використаних джерел:

1. Матюха М.М., Божок К.К. Удосконалення організації обліку оплати праці на виробничих підприємствах. *Інтернаука*. 2021. № 15(115). С. 32-36. URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2021/15/7609> (дата звернення: 24.03.2022).

2. Чепець О.Г., Кінебас І.Ю. Шляхи вдосконалення обліку та аудиту розрахунків з оплати праці. *Бізнесінформ*. 2019. № 7. С. 225-230. URL: https://www.business-inform.net/article/?year=2019&abstract=2019_7_0_225_230 (дата звернення: 24.03.2022).



КОМПОНЕНТИ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В ЗАКЛАДАХ ПРОФЕСІЙНОЇ (ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ) ОСВІТИ

Професійна (професійно-технічна) освіта, як складова системи освіти, «є комплексом педагогічних та організаційно-управлінських заходів, спрямованих на забезпечення оволодіння громадянами знаннями, уміннями і навичками в обраній ними галузі професійної діяльності, розвиток компетентності та професіоналізму, виховання загальної і професійної культури» [1].

Така освіта здобувається у відповідних закладах, перелік яких встановлено Законом України «Про професійну (професійно-технічну) освіту» від 10.02.1998 р. № 103/98-ВР (редакція від 01.01.2021 р.) [1] (рис. 1).



Рис. 1. Перелік закладів професійної (професійно-технічної) освіти*

*Джерело: систематизовано авторами на підставі [1]

Внутрішній контроль є важливою складовою системи менеджменту та «особливим процесом, на який впливає значна кількість різноманітних чинників» [2, с. 75]. Здійснення внутрішнього контролю у закладах професійної (професійно-технічної) освіти базується, зокрема, на необхідності забезпечення раціональної організації навчально-виховного процесу шляхом ефективної



взаємодії між органами влади, громадськими організаціями, адміністрацією, персоналом закладу. Важливе значення при організації такого контролю має надаватися удосконаленню професійної майстерності педагогічного персоналу, економічно обґрунтованому формуванню доходів та витрат.

Загальну структуру внутрішнього контролю в закладах професійної (професійно-технічної) освіти формують наступні компоненти (рис. 2).

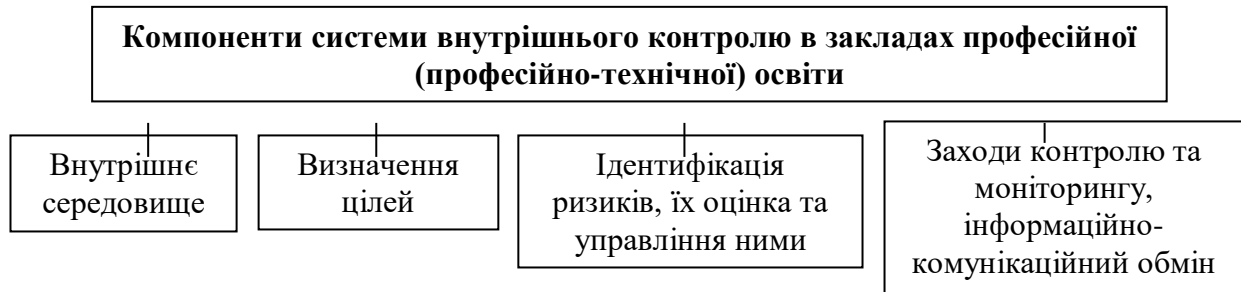


Рис. 2. Компоненти системи внутрішнього контролю в закладах професійної (професійно-технічної) освіти*

*Джерело: авторська розробка

Так, при дослідженні внутрішнього середовища закладів професійної (професійно-технічної) освіти слід систематизувати повноваження суб'єктів внутрішнього контролю, визначити підґрунтя для формування організаційних та функціональних засад, що визначають внутрішнє середовище, а також встановити місткість внутрішніх регламентів, чітко окреслити підстави для їх розробки та внесення змін до діючих регламентів.

На етапі формулювання цілей виокремлюють операційні та стратегічні цілі. Зокрема, операційні цілі визначаються періодично, є конкретизованими, реалістичними та вимірюваними, а стратегічні цілі встановлюються закладами професійної (професійно-технічної) освіти на перспективу.

У системі внутрішнього контролю важливе значення надається ідентифікації ризиків. При цьому виокремлюють зовнішні (законодавчі) та внутрішні (кадрові, програмно-технічні, фінансово-господарські) ризики. Оцінка ризиків здійснюється з урахуванням ймовірності їх виникнення (низької, середньої, високої), а також впливу на спроможність суб'єктів внутрішнього контролю досягати поставлені цілі (низького, середнього, високого рівня впливу). Процес управління ризиками здійснюється з урахуванням їх розподілу між суб'єктами внутрішнього контролю.

У межах своєї відповідальності та повноважень суб'єкти внутрішнього контролю здійснюють контроль та моніторинг. З урахуванням результатів внутрішніх перевірок, зовнішнього контролю, оцінки ризиків та результатів моніторингу суб'єктами внутрішнього контролю організується інформаційно-комунікаційний обмін.

Функціонування системи внутрішнього контролю в закладах професійної (професійно-технічної) освіти базується на таких основних принципах: законність; об'єктивність; методологічна єдність; відповідальність та розподіл



повноважень; відкритість.

Об'єктами внутрішнього контролю в закладах професійної (професійно-технічної) освіти є адміністративно-управлінські, фінансово-господарські та інші процеси, які здійснюються у межах визначених повноважень та відповідальності структурними складовими закладів та їх працівниками. Під час проведення внутрішнього контролю значна увага звертається на:

- дотримання загальнодержавних освітніх стандартів та внутрішніх регламентів;
- рівень кваліфікації, якісний склад педагогічного персоналу;
- рівень знань, умінь та навичок здобувачів освіти;
- виконання навчальних планів та програм;
- організацію харчування, дотримання вимог техніки безпеки та санітарно-гігієнічних норм.

Заклади професійної (професійно-технічної) освіти здійснюють внутрішній контроль за виконанням вимог нормативно-правових актів у сфері освіти, за організацією професійної освіти, навчально-виховного процесу, методичної роботи, а також за результатами навчальних досягнень здобувачів освіти. Важливе значення надається формуванню кошторисних документів, забезпеченню дотримання законності та ефективності використання бюджетних коштів.

Отже, розглянуті компоненти формують загальну систему здійснення внутрішнього контролю за діяльністю закладів професійної (професійно-технічної) освіти. У процесі здійснення внутрішнього контролю узагальнюється оперативна інформація щодо стану керованих підсистем, своєчасно виявляються та виправляються недоліки у навчально-виховному процесі.

Список використаних джерел:

1. Про професійну (професійно-технічну) освіту : Закон України від 10 лютого 1998 р. № 103/98-ВР (редакція від 01.01.2021 р.). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/103/98-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 24.03.2022).

2. Лисенко А.М. Управлінський контроль в системі менеджменту підприємства / *Облік і контроль в управлінні підприємницькою діяльністю*: матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції, 19-20 жовтня 2018 р. Кропивницький: Ексклюзив-Систем, 2018. С. 72-75. URL: http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/8347/1/Tezi_VI_Oblik_2018.pdf#page=73 (дата звернення: 24.03.2022).



ТРУДОВІ ВІДНОСИНИ ТА КАДРОВЕ ДІЛОВОДСТВО В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

В зв'язку з введенням військового стану в Україні від 24 лютого 2022 року змінилися особливості трудових відносин працівників усіх підприємств, установ, організацій незалежно від форм власності, виду діяльності і галузевої належності, а також осіб, які працюють за трудовим договором з фізичними особами. Для правового врегулювання таких відносин 15 березня, Верховна Рада України прийняла Закон «Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану» ключові аспекти якого викладено далі.

Так, з метою оперативного залучення до виконання роботи нових працівників, а також усунення кадрового дефіциту та браку робочої сили, у тому числі внаслідок фактичної відсутності працівників, які евакуювалися в іншу місцевість, перебувають у відпустці, простої, тимчасово втратили працездатність або місцезнаходження яких тимчасово невідоме, роботодавець можуть укладати з новими працівниками строкові трудові договори у період дії воєнного стану або на період заміщення тимчасово відсутнього працівника [3].

Ще одна необхідність – у період дії воєнного стану роботодавець має право перевести працівника на іншу роботу, не обумовлену трудовим договором, без його згоди (крім переведення на роботу в іншу місцевість, на території якої тривають активні бойові дії), якщо така робота не протипоказана працівникові за станом здоров'я, лише для відвернення або ліквідації наслідків бойових дій, а також інших обставин, що ставлять або можуть становити загрозу життю чи нормальним життєвим умовам людей, з оплатою праці за виконану роботу не нижче середньої заробітної плати за попередньою роботою [3].

У зв'язку з веденням бойових дій у районах, в яких розташоване підприємство, установа, організація, та існування загрози для життя і здоров'я працівника він може розірвати трудовий договір за власною ініціативою у строк, зазначений у його заяві (крім випадків примусового залучення до суспільно корисних робіт в умовах воєнного стану, залучення до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури) [3].

Також збільшилась нормальна тривалість робочого часу працівників у період воєнного стану, та не може перевищувати 60 годин на тиждень. Для працівників, яким відповідно до законодавства встановлюється скорочена тривалість робочого часу, тривалість робочого часу не може перевищувати 50 годин на тиждень. П'ятиденний або шестиденний робочий тиждень встановлюється роботодавцем за рішенням військового командування разом із військовими адміністраціями (у разі їх утворення) [3].

У період дії воєнного стану не застосовуються норми статті 53 (тривалість роботи напередодні святкових, неробочих і вихідних днів), частини



першої статті 65, частин третьої - п'ятої статті 67 та статей 71-73 (святкові і неробочі дні) Кодексу законів про працю України [1].

Доволі мало уваги приділено питанням кадрового діловодства, здебільшого все покладено на плечі керівників організацій, оскільки у період дії воєнного стану порядок організації кадрового діловодства та архівного зберігання кадрових документів у районах активних бойових дій визначається роботодавцем самостійно, за умови забезпечення ведення достовірного обліку виконуваної працівником роботи та обліку витрат на оплату праці [3].

Заробітна плата виплачується працівнику на умовах, визначених трудовим договором. Роботодавець повинен вживати всіх можливих заходів для забезпечення реалізації права працівників на своєчасне отримання заробітної плати.

Роботодавець звільняється від відповідальності за порушення зобов'язання щодо строків оплати праці, якщо доведе, що це порушення сталося внаслідок ведення бойових дій або дії інших обставин непереборної сили. Звільнення роботодавця від відповідальності за несвоєчасну оплату праці не звільняє його від обов'язку виплати заробітної плати. У разі неможливості своєчасної виплати заробітної плати внаслідок ведення бойових дій, строк виплати заробітної плати може бути відтермінований до моменту відновлення діяльності підприємства [3].

У період дії воєнного стану щорічна основна оплачувана відпустка надається працівникам тривалістю 24 календарні дні [3].

У період дії воєнного стану роботодавець може відмовити працівнику у наданні будь-якого виду відпусток (крім відпустки у зв'язку вагітністю та пологами та відпустки для догляду за дитиною до досягнення нею трирічного віку), якщо такий працівник залучений до виконання робіт на об'єктах критичної інфраструктури [3].

Протягом періоду дії воєнного стану роботодавець на прохання працівника може надавати йому відпустку без збереження заробітної плати без обмеження строку, встановленого частиною першою статті 26 Закону України «Про відпустки» [2].

Дія трудового договору може бути призупинена у зв'язку з військовою агресією проти України, що виключає можливість надання та виконання роботи.

Призупинення дії трудового договору не тягне за собою припинення трудових відносин.

Призупинення дії трудового договору роботодавець та працівник за можливості мають повідомити один одного у будь-який доступний спосіб. Відшкодування заробітної плати, гарантійних та компенсаційних виплат працівникам на час призупинення дії трудового у повному обсязі покладається на державу, що здійснює військову агресію проти України [3].

Віримо в якнайшвидшу перемогу України в цій кривавій війні з боку росії та повернення до процвітання і розвитку нашої держави!



Список використаних джерел:

1. Кодекс законів про працю України від 10 грудня 1971 р. № 322-VIII. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/322-08#n358>
2. Про відпустки. Закон України від 15 листопада 1996 р. № 504/96-ВР. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/504/96-%D0%B2%D1%80#n299>
3. Про організацію трудових відносин в умовах воєнного стану. Закон України від 15 березня 2022 р. № 2136-IX. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2136-20#Text>





ОБЛІКОВО-ЮРИДИЧНЕ НАПОВНЕННЯ КОНТРОЛЮ ВТРАТ ПРОДУКЦІЇ ПІД ЧАС ТРАНСПОРТУВАННЯ

Під час перевезення аграрної продукції від продавця до покупця або місця зберігання (елеватор, порт, склад) часто виявляється нестача поза нормами природних втрат. Важливо провести розрахунок і відшкодування втрат на законних підставах та методично обґрунтовано відобразити в облку.

Контроль втрат продукції – комплексний захід, який передбачає кілька етапів: попередній (на етапі оформлення документів і проведення розрахунків втрат). Проводиться силами фахівців самого підприємства; наступний фінансовий (на етапі незалежного або відомчого аудиту); наступний податковий (на етапі перевірки податковим органом в рамках перевірки податку на прибуток та/або ПДВ).

Бухгалтерський аналіз ситуації, як первинна ланка попереднього контролю, потребує з'ясування умов договорів на поставку продукції (наприклад, зерна) та її перевезення. Це – юридичний бік операції. Розмір збитків (оцінку) визначають на підставі *Порядку № 116* [1] та відображають у проведеннях на рахунках. Це – бухгалтерський бік операції.

Спричиняє такі втрати, як правило, Перевізник, який і має їх відшкодувати.

Документальне оформлення. Первинним документом, в якому слід зафіксувати втрати зерна може бути «Акт-претензія втрат зерна у дорозі» (далі – Акт). Типова форма документу відсутня, законодавство дозволяє створити документ у довільній формі. Важливо при складанні Акту дотриматися обов'язкових реквізитів (*ст. 9 закону № 996*) [2] аби Перевізник у судовому порядку не спростував його.

Підписують Акт уповноважені представники усіх учасників операції перевезення зерна – Продавця, Покупця і Перевізника. Ключовими показниками будуть маса зерна (кг), яка відправлена зі складу Продавця і яка прийнята елеватором Покупця. Наприклад, відправлено 20120, прийнято 19800, нестача - 320 кг зерна, у т.ч. 10 – природні втрати. Визначають такі дані на підставі товарно-транспортних накладних на перевезення зерна.

Оцінка нестачі (збитків). Оскільки контролюється операція між юридичними особами, слід приділити їй належну увагу - у договорі на перевезення варто зазначити порядок або варіант оцінки можливих нестач товару. Потерпіла сторона орієнтується, як правило, на **продажну (ринкову)** вартість товарів (*ч. 3 ст. 225 ГКУ*) [3]. В бухгалтерсько-податковому аспекті вона виступає як **справедлива: роздрібна або гуртова ціна** на день нестачі. Можна скористатися відкритими даними. Наприклад, гуртова ціна на зерно пшениці 2 класу, що реалізується в Україні у відкритому доступі, у ТОВ СП «НІБУЛОН» станом на 01.09.2021 р. становила ₴ 8330/тону, у т.ч. ПДВ.

Для внутрішнього обліку у Продавця собівартість утраченої продукції



перевізником та природніх втрат оцінюється також за собівартістю реалізації (припустимо, по ₴ 4,00/кг) і списується на збитки (д-т 947 к-т 26).

Нагадаймо, згідно *Порядку № 116* визначення розміру збитків від розкрадання, знищення, нестачі (псування) матеріальних цінностей, завданих суб'єкту господарювання, якщо у його майні немає державної частки та якщо він не користується майном, що перебуває у державній чи комунальній власності, визначається шляхом проведення незалежної оцінки відповідно до національних стандартів оцінки.

Якщо дотримуватися *Порядку № 116*, із сум, що стягнені, здійснюється відшкодування збитків, завданих підприємству, а залишок коштів перераховується до державного бюджету.

Для Продавця така умова не завжди є прийнятною: залучення за власний рахунок незалежного оцінювача та перерахування залишку коштів до бюджету. Щодо надлишку коштів для бюджету, то він може виникнути хіба що у разі перевищення суми компенсації над обліковою вартістю майна. Проте такі випадки можуть мати місце щодо необоротних активів або оборотних, які не задіяні у процесі реалізації, на що, власне, і розраховані положення *Порядку № 116*. В операціях продажу продукції «надлишку» для бюджету немає місця.

Бухгалтерський облік. Відображення операції відшкодування на рахунках бухобліку залежить від умов договору з Покупцем та Перевізником. На практиці застосовують різні умови постачання згідно Інкотермс: СРТ - коли договір з перевізником укладає постачальник, але ризики, пов'язані з товаром, переходять до покупця відразу при передачі товару перевізникові; DDP - коли ризики за відвантаженим товаром і право власності на нього до покупця ще не перейшли.

Дата відображення у Продавця доходу від продажу за умов постачання DDP - це дата передачі товарів перевізником покупцеві. У розглянутій ситуації витрати з перевезення узяв на себе Покупець, значить Продавець не несе збутових витрат. Тому проведення в його обліку матимуть такий вигляд:

Таблиця 1

Відображення продажу зерна (продукції) у продавця на умовах DDP і компенсації перевізником суми збитку від втрати частини продукції

№ з/п	Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік		
		Дебет	Кредит	Сума, грн.
1	Передано перевізникові зерно (продукція) за собівартістю (20120 кг x ₴ 4,00)	262*	261	80480
2	Відображено дохід за доставленою («кондиційною») частиною продукції до покупця (19800 кг x ₴ 8,330)	361	701	164 934
3	Нараховане ПДВ, що припадає на доставлену частину продукції, прийнятих покупцем	701	641/ПДВ	27439
4	Списано собівартість реалізованої («кондиційною») продукції 19800 кг x ₴ 4,00)	901	262	79200
5	Списано на витрати собівартість утраченої продукції перевізником та природніх втрат	947	262	1280





№ з/п	Зміст господарської операції	Бухгалтерський облік		
		Дебет	Кредит	Сума, грн.
	(310+10 кг x 4,00)			
6	Пред'явлено (і визнано) перевізником претензію (310 кг x ₴ 8,330)	374/ Перевіжник	715	2582,30
7	Нараховане ПЗ з ПДВ, що припадає на втрачену частину продукції, що може бути відшкодована перевізником	715	641/ПДВ	430,38
8	Відшкодовано суму збитку перевізником (або покупцем за перевізника)	311	374/Перевіжник	2582,30
9	Сплачено покупцем заборгованість	311	361	164 934
10	Списано витрати на фінансовий результат	79	901, 947	79200 1240
	Списано доходи на фінансовий результат	701, 715	79	137495
* Субрахунок «Продукція в дорозі». Облік ведеться за собівартістю				

Прим: Якщо втрату відшкодовує Покупець за Перевізника, про це зазначається у платіжному дорученні платника (опер.8). Якщо укладено договір уступки боргу між ними, то Продавець може зробити додаткове проведення № 6 а: д-т 374/Покупець к-т 374/Перевіжник - 2582,30 грн. Тоді у пров. 8 за кредитом буде субрах. 374/Покупець. По суті для балансу і інтересів Продавця нічого не змінюється, але додаткове проведення може знадобитися у разі судових суперечок. Це ілюструє принцип, коли юридична форма в обліку не має переваги над економічною суттю операції, проте відображається так, щоби можна було проконтролювати виконання умов договору.

ПДВ. Методика обліку ПДВ передбачає нарахування ПЗ з ПДВ на першу подію - відвантаження зерна на загальну вартість зерна (д-т 641 к-т 643) можна не відображати, якщо на момент виписки податкової накладної відома сума втрат зерна у дорозі і покупцеві виставлено рахунок на фактично прийнятій масу зерна. Такий варіант можливий у тих підприємств, які виписують зведену податкову накладну на партію відвантаження – раз на добу або за тиждень. Саме цей варіант наведений у нашій табл.

Якщо продавець виписує податкові накладні на кожне відвантаження (автомобіль) без врахування втрат, йому доведеться коригувати у бік зменшення суму нарахованого при відвантаженні ПЗ у частині втраченого зерна. Оскільки постачання у частині втраченого зерна не відбулося, то постачальник має право на підставі ст. 192 ПКУ [4] виписати «мінусовий» РК і після його реєстрації в ЄРПН і зменшити ПЗ за «загубленим» перевізником зерном. Податківці у своїх консультаціях підтверджують право платника на таке коригування (див. БЗ 101.16) [5].

Список використаних джерел:

1. Постанова Кабінету Міністрів України від 22.01.1996, № 116 (у редакції 2011 року).



2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні. Закон України від 16.07.1999, № 996 (із змінами та доповненнями).

3. Господарський кодекс України від 16.01.2003, № 436 (із змінами та доповненнями).

4. Податковий кодекс України від 02.12.2010, № 2755 (із змінами та доповненнями).

5. Державна податкова служба України. URL: <https://zir.tax.gov.ua/main/bz/search>





Мартосенко С. Г., Бондаренко А. В.,

здобувачі вищої освіти СВО магістр,

ОПП Облік і оподаткування,

Науковий керівник – **Канцедал Н. А.**, к.е.н, доцент, професор кафедри

бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Полтавський державний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ ВИТРАТ НА КОНСЕРВАЦІЮ НЕЗАВЕРШЕНИХ КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ

Капітальні інвестиції є складовою інвестиційної стратегії підприємства, а облікова інформація про них є основою для дослідження економічних показників – індикаторів важливих управлінських рішень [2, с. 13].

Окремі питання з документування, оцінки, обліку та контролю витрат на капітальні інвестиції підприємств, установ та організацій не втрачають актуальності [1, с. 34]. Зокрема, питання консервації можуть бути зумовлені обставинами, коли в ході створення об'єктів капітальних інвестицій можуть виникнути проблеми, що унеможливають подальші роботи (недостатність коштів або відсутність цільових коштів, суттєве підвищення вартості матеріалів, закладених у попередній кошторис, форс-мажорні обставини та інші).

Метою даного дослідження є визначення особливостей оцінки та відображення в обліку операцій з обліку витрат на консервацію незавершених капітальних інвестицій, а також пошук методологічних рішень щодо застосування окремих нормативних документів, якими регулюється бухгалтерський облік зазначених операцій.

Консервація об'єкта незавершених капітальних інвестицій – це послідовний процес, що здійснюється на підставі рішення власника та потребує застосування прийомів фактичного контролю для встановлення реальної вартості витрат на створення такого об'єкта, а також документування фактичних витрат, безпосередньо пов'язаних із забезпеченням його зберігання на визначений довготривалий час.

Причинами переведення об'єктів будівництва на консервацію для наведених вище підприємств можуть бути: недостатнє фінансування; банкрутство замовника (інвестора, забудовника); невідповідність сучасним умовам об'єкта, що будується; наявність грубих порушень, допущених при проектуванні, а також наявність порушень у роботі підрядника, які можуть призвести до небезпеки для життя і здоров'я людей, погіршення екологічної ситуації; підготовка об'єкта (будови) до зими, якщо в зимовий період будівництво не здійснюється; стихійні лиха та інші причини.

Документальне оформлення консервації супроводжується складанням наступних документів: «Акт про припинення будівництва»; «Перелік робіт і заходів, необхідних для забезпечення збереження законсервованого об'єкта (будови) або його конструктивних елементів»). Також можуть бути складені «Відомість незмонтованих конструкцій, устаткування і матеріалів, які



залишаються на об'єкті та підлягають консервації» та «Відомість незмонтованих конструкцій, устаткування і матеріалів, які передаються на інші об'єкти будівництва».

Витрати щодо консервації пов'язані із забезпеченням збереження об'єкта незавершеного будівництва та згідно абз.2 п.8 П(С)БО 7 «Основні засоби» відносяться на субрахунок 151 «Капітальні інвестиції» [4]. Однак, на думку фахівців, це спосіб не слід вважати безальтернативним [5, с.14].

В ході дослідження встановлено, що безпосередньо перед консервацією об'єкта капітального будівництва замовник зобов'язаний здійснити оплату виконаних робіт. Згідно акту виконаних робіт здані роботи обліковуються за дебетом рахунка 15 «Капітальні інвестиції» (або 23 «Виробництво» у випадку, якщо об'єкт будувався для продажу) з кредитом 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками» (685 «Розрахунки з іншими кредиторами»). Оплата будівельних робіт проводиться за дебетом 631 «Розрахунки з вітчизняними постачальниками» (685 «Розрахунки з іншими кредиторами») з кредитом 311 Поточні рахунки в національній валюті». Одночасно обліковується нарахований податковий кредит з ПДВ: дебет 641 «Розрахунки за податками», кредит 685 «Розрахунки з іншими кредиторами».

Слід зауважити, що витрати замовника, пов'язані з будівництвом нового об'єкта можуть бути визнані не лише як капітальні вкладення, а і як витрати на створення оборотного активу, якщо такий актив призначено для продажу, а не для господарських потреб. В останньому випадку витрати на оплату роботи підрядника доцільно обліковувати на рахунку 23 «Виробництво». Водночас, ключовим поняттям для визнання витрат на консервацію об'єкта капітального будівництва є власне, будівництво, а тому у замовника їх необхідно визнавати витратами періоду й обліковувати на субрахунок 977 «Інші витрати діяльності» або на субрахунок 949 «Інші операційні витрати». Сюди ж відносять також витрати, пов'язані зі збереженням та охороною об'єкта консервації.

Облік у підрядника здійснюється з урахуванням вимог П(С)БО 18 «Будівельні контракти» [3], п. 12 якого визначено, що вартість робіт з консервації формує їхню собівартість, отже, їх облік ведуть на рахунку 23 «Виробництво».

Станом на дату складання акту приймання виконаних будівельно-монтажних робіт визнається дохід від такої операції: за дебетом 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями» з кредитом 703 «Дохід від реалізації робіт і послуг». Одночасно на суму ПДВ формують кореспонденцію за дебетом 703 з кредитом 641 «Розрахунки за податками».

Якщо згідно умов договору попередня оплата не здійснювалася, на суму одержаних коштів здійснюють господарський запис: дебет 311 «Поточні рахунки в національній валюті», кредит 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями».

Якщо згідно умов договору здійснювалася попередня оплата, вона відображується за дебетом рахунка 311 «Поточні рахунки в національній



валюті» з кредиту 681 «Розрахунки за авансами отриманими», одночасно роблять запис на суму зобов'язань з ПДВ: дебет 643 «Податкові зобов'язання», кредит 641 «Розрахунки за податками». алік зустрічних заборгованостей здійснюють по завершенню робіт на підставі акту виконаних будівельних робіт та оформлюють бухгалтерським записом: дебет 681 «Розрахунки за авансами отриманими», кредит 361 «Розрахунки з вітчизняними покупцями».

Аналогічно в системі обліку відображується дохід, визнаний під час здачі виконаних до моменту консервації будівельно-монтажних робіт [5, с.15]. При цьому спочатку необхідно списати собівартість незавершеного будівництва за аналогією його реалізації: дебет 903 «Собівартість реалізованих робіт і послуг», кредит 23 «Виробництво».

Таким чином, загальний алгоритм відображення операцій з обліку витрат на консервацію є наступним: спочатку замовник приймає й оплачує вже виконані роботи, а потім обліковує витрати на консервацію об'єкта капітального будівництва. Методологічна різниця у порядку визнання витрат на консервацію об'єкта капітального будівництва, та відповідних витрат на його консервацію визначається цілями такого будівництва: будівництво з метою продажу або будівництво для подальшого власного використання. Означений критерій використовується для вибору відповідного рахунка обліку витрат, тому його необхідно врахувати при формуванні основних положень облікової політики підприємства.

Список використаних джерел:

1. Канцедал Н. А., Крат Н. В. Ідентифікація незавершених капітальних інвестицій як об'єкта внутрішньогосподарського контролю. *Економіка і підприємництво: організаційно-методологічні аспекти обліку, фінансів, аудиту та аналізу: збірник наукових праць за результатами наукової роботи факультету обліку та фінансів ПДАА*. Вип. 16. Полтава, 2016. С. 34-36. URL: <http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/2379>

2. Канцедал Н. А., Лега О. В. Інформаційна роль обліку в результативності інвестиційної стратегії аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2021. № 11. С. 11-20. DOI: [10.32702/2306-6792.2021.11.11](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2021.11.11) URL: <http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/10917>

3. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 18 «Будівельні контракти»: Наказ Мінфіну № 205 від 28 квіт. 2001 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0433-01#Text>

4. Про затвердження положення (стандарту) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби»: Наказ Мінфіну № 92 від 27 квіт. 2000 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0288-00#Text>

5. Юлін А. Консервація об'єктів незавершеного будівництва: порядок та облік. *Все про бухгалтерський облік*. 2015. № 55. С. 13-15.





УДОСКОНАЛЕННЯ ФУНКЦІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ІЗ ЗАЛУЧЕННЯМ ЗОВНІШНЬОГО АУДИТУ

Аналіз функцій управління промисловим підприємством дозволив ряду авторів спеціально виділяти і такі його функції як прогнозування, стимулювання, регулювання, облік, аналіз та контроль [1]. Інші, наприклад, В.І.Кноррінг, відносять до функцій управління також маркетинг, а В.Г.Ігнатов та Л.Н.Албастова – поряд з маркетингом та управлінське консультування, інноваційну діяльність, розвиток людських ресурсів.

На мій погляд, досить обмежуватися менш великим переліком цих функцій: плануванням, організацією, мотивацією і контролем, які мають спільні характерні ознаки, а саме: вимагають прийняття рішень та обміну інформацією (для прийняття правильного рішення).

Підприємство змушене постійно переглядати свої плани через зміни зовнішніх та внутрішніх умов своєї діяльності. У зв'язку з цим необхідний зовнішній аудит, що має сприяти зниженню невизначеності у діяльності підприємства. Результати зовнішнього аудиту дозволяють підвищити якість планування, аналізу діяльності підприємства та його організації.

Зовнішній аудит сприяє більш ефективному виконанню функції організації через аудит системи внутрішнього контролю на підприємстві та за рахунок того, що аудитори проводять оцінку діяльності різних його відділів та напрямків їх діяльності.

Що стосується функцій мотивації, то для їх вдосконалення зовнішній аудит може використовуватися з метою навчання співробітників, оцінки та аналізу їхньої роботи. Функції контролю можуть здійснюватися усім рівням менеджменту підприємства. Зовнішній аудит сприяє їх удосконаленню, зокрема, через фінансовий контроль. У цілому нині з його допомогою приймаються найефективніші управлінські рішення. Зовнішній аудит сприяє цьому завдяки консультаційно-інформаційній спрямованості.

Інформація, що використовується для управління, повинна мати такі властивості, як достовірність, своєчасність, повнота і простота. Незалежний аудит забезпечує підприємству інформацію з даними властивостями. У рівній мірі він забезпечує успішне виконання функції управлінського консультування. При цьому слід враховувати, що ускладнюється сама управлінська діяльність, з'являється необхідність у її дедалі більш вузькій спеціалізації, що багато фірм не в змозі утримувати в штаті весь набір фахівців з управління, що вміння працювати з консультантами з управління – важлива складова успіху в діяльності підприємства.

Термін «аудит» (від англійського «audit»), означає «перевіряти, ревізувати». Американська асоціація бухгалтерів (American Accounting Association) дає наступне визначення його як систематичний процес отримання



та оцінки об'єктивних даних про економічні дії та події з метою встановлення ступеня їх відповідності прийнятним критеріям та надання результатів перевірки зацікавленим користувачам.

Інститут присяжних бухгалтерів Шотландії (ICAS) підкреслює, що «аудит представляє комплекс методів, спрямованих на встановлення ефективності та цілісності систем управління, точності фінансових звітів» [3]. Дане визначення є дуже цікавим, оскільки стверджує, що зовнішній аудит, крім іншого, підтверджує ефективність управління.

Закон України «Про аудиторську діяльність», розглядає аудит як підприємницьку діяльність «з незалежної перевірки бухгалтерського обліку та фінансової (бухгалтерської) звітності організацій та індивідуальних підприємців» і одночасно звертає увагу на цілий ряд супутніх аудиту послуг, які можуть надаватися аудиторськими організаціями: податкове консультування, аналіз фінансово-господарської діяльності, економічне та фінансове консультування, управлінське консультування, у тому числі пов'язане з реструктуризацією організацій, правове консультування, автоматизацію бухгалтерського обліку та впровадження інформаційних технологій, розробку та аналіз інвестиційних проектів, бізнес-планів, проведення маркетингових досліджень і т.д.

Крім того, досить затребуваними є такі послуги, як ретельна перевірка підприємства, що підлягає купівлі, на наявність ризиків – процедура «due diligence», оцінка системи внутрішнього контролю (СВК) на відповідність критеріям ефективності з наданням рекомендацій промисловому підприємству, підготовка прогнозів розвитку ринку, того чи іншого товару, проведення аудиторських послуг за погодженням. Широке поширення отримала також послуга у вигляді допомоги у підготовці проспектів емісій для початкового розміщення акцій («initial public offering») здійснення бухгалтерської звітності з міжнародних (МСФЗ) або американських стандартів фінансової звітності (US GAAP), послуга з консультування щодо впровадження системи управління ресурсами підприємства – «enterprise resources planning».

Послуги управлінського консультування потрібні на українському ринку послуг, ними активно користуються великі промислові підприємства, чії акції котируються на зарубіжних та вітчизняних ринках. Звітність таких підприємств підлягає обов'язковому аудиту, а менеджмент має бути завжди готовий відповісти на питання акціонерів щодо економічних показників діяльності підприємства.

Процедура «due diligence» також використовується на промислових підприємствах України, надаючи менеджменту інформаційну базу для прийняття рішення купувати чи ні.

За В.Рапопортом управлінське консультування – це різновид експертної допомоги керівникам організації для вирішення завдань з розбудови управління в зовнішніх і внутрішніх умовах, що змінюються. А.В. Гульковський та В.М. Рисюк визначають управлінське консультування менш глобально – як



професійну діяльність фахівців, спрямовану на допомогу замовнику в процесах, пов'язаних з управлінням.

Виходячи з контрольної функції управління підприємством зовнішній аудит допомагає вимірювати результати діяльності підприємства, порівнювати їх з планованими, бюджетними, удосконалювати контрольні процедури за допомогою проведення аудиту фінансової звітності та СВК. Контроль покращується, оскільки до перевірки залучається незалежна сторона.

Аудит звітності виявляє ступінь ефективності діяльності ради директорів підприємства, допомагає перевіряти діяльність структурних підрозділів та відділів фірми.

Зовнішній аудитор проводить незалежну оцінку прогнозів, планів і бюджетів, висловлює свої міркування з приводу їх адекватності, дає рекомендації.

Поширена послуга з підготовки прогнозів розвитку того чи іншого ринку, або галузі на замовлення підприємства. При цьому аудит прогнозів і планів може виступати в якості окремої аудиторської послуги та здійснюватися в процесі аудиту фінансової звітності (якщо аудитор визнає за необхідне висловити клієнту свої міркування та рекомендації). У результаті функція планування вдосконалюється завдяки більш якісному прогнозуванню, використанню методів планування та бюджетування зовнішніх аудиторів, єдиних показників оцінки діяльності промислового підприємства.

Тестування персоналу в ході аудиту системи внутрішнього контролю дозволяє встановити практику дублювання функцій різних працівників, виявити недоліки в контрольних процедурах, що знижують мотивацію персоналу, слабкі місця в організації відділів і департаментів. Все це дозволяє говорити про вдосконалювати функції мотивації.

При прийнятті рішень про купівлю нового підприємства, реорганізацію компанії, зміну структури групи промислових підприємств, вихід на вітчизняні та світові ринки капіталу, про зміну програмного забезпечення управління ресурсами підприємства доцільно активніше залучати управлінські консультації, що надаються зовнішніми аудиторами, особливо світовими аудиторськими компаніями, що працюють на ринку вже кілька десятиліть.

Для оцінки діяльності співробітників фірми, ефективності роботи адміністративного апарату рекомендується розглянути і варіант залучення для такої оцінки зовнішнього аудитора.

У структуру управління підприємством доцільно мати орган (комітет) з аудиту, який має займатися аудитом фінансової звітності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Абчук В.А. Менеджмент: навч. посіб. 2-ге вид. СПб.: Вид-во Михайлова В.А., 2004;
2. М'язіна Е. Аудитор допоможе «Ренессанс». // Відомості. 2005167. с.;
3. Hatherly D. Audit evidence process. London: Garden City Press Ltd., 1980.





MOSAIC ACCOUNTING OUTSOURCING

The accounting activities of modern enterprises are complicated by numerous organizational constraints. The formation of the digital economy, active hybrid conflicts, the COVID-19 pandemic, the internationalization of markets, the globalization of business communications and other global economic challenges require a transformation of methodology and organization of accounting. Permanent changes in the legislation in the field of accounting and taxation provide for adequate adaptation of accounting practices. Untimely compliance with regulatory requirements can lead to fines and other financial sanctions.

Accounting professionals are required to be multi-skilled and systematically retrained in accordance with changes in socio-economic or legal factors. Updating the knowledge and skills of the company's staff requires the involvement of significant information and financial resources. The probability of suspension of business entities increases with the improvement of accounting policies and the updating of staff skills due to the lack of work in the workplace (inability to remotely perform functional powers), which will lead to a lack of operating income.

To prevent unproductive downtime, the company's management often increases the number of accounting staff. The growth of staff inevitably leads to the actualization of cyber threats to businesses. An effective method of cybersecurity is to limit the access of accounting professionals to certain data sets. The position of the company's management is the need to distribute the functional responsibilities of employees in different objects of accounting with the simultaneous dosing of accounting information.

Large businesses often resort to outsourcing services, which involves delegating authority to implement accounting and cybersecurity to third parties. Outsourcing is positioned as a method of optimizing the organizational structure of the enterprise, administrative costs and information risks.

To ensure effective cyber protection and avoid organizational constraints on the implementation of object and structural outsourcing options, it is advisable to use a mosaic model. The main idea of the proposed organizational model is to combine the features of object and structural options of outsourcing with a mosaic delegation of accounting and security functions to many outsourcers. All accounting and cybersecurity tasks are divided into several subsets, which are transferred to different third parties. The primary data collected using the Internet of Things technology is subject to clustering, accumulation and transfer to users for further processing. Classified credentials are broadcast to stakeholders (including outsourcers) to a limited extent in accordance with access rights and functional responsibilities. Information communications take place exclusively in electronic form on the



principles of distance. Outsourcers can be at a considerable territorial distance from the places of primary data generation. Due to the lack of spatial constraints, the number of outsourcers involved in the implementation of accounting and security powers may be unlimited. Additionally, some of the functions of automatic processing of accounting information are performed by cloud services.

The fundamental basis of the mosaic version of outsourcing is to choose blockchain network technology, which combines accounting fragments into a single information model of enterprise operation. It is advisable to delegate financial and management accounting in terms of their facilities to another company that provides outsourcing services. It is also not recommended to outsource the accounting and cybersecurity features of a particular account to a single outsourcing firm. For example, accounting and cybersecurity of information about the costs of the enterprise must be carried out by various outsourcers. Separate delegation of accounting and security functions reduces the likelihood of cyber threats and the loss of critically large data sets, which threatens the functioning of enterprises.

It is critical to differentiate the accounting information that reaches one outsourcer for certain accounting objects. For example, it is impractical to simultaneously delegate the authority to account for income and expenses to a third party, which may result in the loss of information about the company's profits or losses.

The division of the information field of the enterprise can be carried out on more detailed sets. It is advisable for various outsourcers to submit for processing accounting information about a particular object of accounting in the context of different time periods, business units, enterprises' employees, production processes, etc. With the help of blockchain technology, disparate accounting information is integrated and transmitted to the accounting and management of the enterprise for further processing. Each outsourcer operates exclusively with mosaic data sets required for the implementation of partial accounting or security functions [1].

So, to avoid organizational constraints on the implementation of object and structural options for outsourcing, it is advisable to use a mosaic model, which is a mosaic delegation of accounting and security functions to many outsourcers. All accounting powers are divided into subsets and delegated to various outsourcers, which are informationally combined using blockchain technology. With the help of blockchain technology, disparate accounting information is integrated and transmitted to the accounting and management of the enterprise for further processing. The implementation of the proposed model provides comprehensive outsourcing of accounting functions with an effective system of cyber security of enterprises.

References:

1. Muravskiy, Volodymyr. Accounting and Cybersecurity: Monograph. Scientific Editor – Z.-M. Zadorozhnyi. Kindle Publishing, KDP, Seattle. USA. 2021. 200 p.



СУДОВА ЕКОНОМІЧНА ЕКСПЕРТИЗА: ХАРАКТЕРНІ ВІДМІННОСТІ ВІД АУДИТУ ТА РЕВІЗІЇ

Ефективність, законність та повнота розгляду кримінального провадження, як на стадії досудового розслідування, так і на стадії судового розгляду, забезпечується застосуванням правоохоронними органами судової експертизи. Законодавством України судова експертиза визначається як дослідження, що здійснюється на основі спеціальних знань у галузі науки, техніки, мистецтва, ремесла тощо об'єктів, явищ і процесів з метою надання висновку з питань, що є або будуть предметом судового розгляду [1].

Одним із видів судової експертизи є судова економічна експертиза, застосування якої передбачає дослідження спірних питань діяльності суб'єктів господарювання за даними бухгалтерського, податкового обліку та інших сфер їх економічної діяльності.

Судова економічна експертиза поєднує в собі процесуально-правовий та економічний зміст. Водночас, наразі ініціатором експертизи при визначенні обсягу і змісту експертного завдання аудит, ревізія та експертиза часто ототожнюються. Основні відмінності судової економічної експертизи від аудиту та ревізії наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Основні відмінності судової економічної експертизи від аудиту та ревізії

Критерій порівняння	Судова економічна експертиза	Аудит	Ревізія
Законодавча база	Закон України «Про судову експертизу», процесуальне законодавство України	Закон України «Про аудит фінансової звітності та аудиторської діяльності» [2]	Закон України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» [3]
Мета	Надання доказів на основі спеціальних знань	Висвітлення аудитором думки про те, чи відповідає бухгалтерський облік та фінансова звітність в усіх суттєвих аспектах нормативним актам, які регламентують порядок їх ведення та подання	Встановлення порушень у фінансово-господарській діяльності, виявлення винних осіб, внесення пропозицій щодо усунення виявлених недоліків і порушень
Предмет	Відображені в документах господарські (фінансові) операції, що є об'єктами дослідження	Стан економічних, організаційних, інформаційних та інших характеристик системи, що знаходяться в сфері аудиторської оцінки	Документальні дані, що вивчаються з позиції їх законності, достовірності та доцільності
Об'єкт	Документи	Окремі або	Підтверджені





Критерій порівняння	Судова економічна експертиза	Аудит	Ревізія
	бухгалтерського, податкового обліку, інші матеріали кримінального або іншого виду провадження (акти документальної ревізії тощо)	взаємопов'язані економічні, організаційні, інформаційні або інші сторони функціонування системи, що вивчається, стан яких може бути оцінено кількісно і якісно	документально процеси, які відбуваються на підприємстві і становлять його господарську діяльність (виробництво, постачання, реалізація та інші)
Суб'єкт	Експерт-економіст – процесуальна особа, яка володіє спеціальними знаннями, бере участь у досудовому розслідуванні і в судовому процесі	Аудитор – це незалежна особа, що проводить аудит на підприємстві. Аудитором може бути громадянин України, який має кваліфікаційний сертифікат про право на аудиторську діяльність на території України	Ревізор – це посадова особа, що уповноважена відповідним органом управління виконувати контрольні функції щодо проведення ревізії фінансово-господарської діяльності підприємства незалежно від форми власності
Методи дослідження	Методи документальної перевірки (перевірка документів за формою та змістом, арифметична та нормативно-правова перевірка тощо)	Методи документального та фактичного контролю: інвентаризація, контрольні-вибіркове порівняння, перевірка облікової документації, логічна перевірка та інші	
Підстава для проведення	Судове рішення чи рішення органу досудового розслідування, або договір з суб'єктом господарювання	Проводиться добровільно і рішення про проведення аудиту, внутрішнього або зовнішнього, приймає керівник підприємства, крім деяких випадків обов'язкового аудиту (банки)	За наказом керівника; за ініціативою господарських або спеціальних контрольних органів; на вимогу слідчого або суду
Порядок використання матеріалів	Діяльність експерта-економіста обмежена обсягом матеріалів, наданих ініціатором експертизи. Самостійних дій щодо збору і пошуку додаткових матеріалів експерт-економіст здійснювати не може. У разі недостатності матеріалів заявляється	Аудитор не має права відшукувати або вимагати матеріали, які йому не надали добровільно. Але при цьому, якщо аудитор вважає, що надана інформація неповна, він має право відмовитися від складання будь-якого висновку	Ревізор, крім аналізу отриманих від суб'єкта господарювання або слідчого матеріалів, може здійснювати самостійні дії щодо пошуку і збору додаткових матеріалів про корисливі зловживання, ініціювати проведення інвентаризацій,





Критерій порівняння	Судова економічна експертиза	Аудит	Ревізія
	клопотання експерта		застосування інших методів фактичного контролю
Оформлення результатів	За результатами експертного дослідження експерт-економіст надає висновок, який він підписує самостійно. Висновок експерта – процесуальний документ, що є самостійним доказом	Аудиторський висновок, який містить висновок стосовно достовірності звітності, повноти і відповідності чинному законодавству та встановленим нормативам бухгалтерського обліку фінансово-господарської діяльності	За результатами ревізії ревізор складає акт, який підписує він сам, а також керівник і головний бухгалтер підприємства. Акт затверджується особою, яка призначила ревізію

Джерело: узагальнено автором на основі [2, 3, 4].

Таким чином, суттєва відмінність судової економічної експертизи від аудиту і ревізії фінансово-господарської діяльності полягає у тому, що параметри її дослідження обмежені колом питань, поставлених на її вирішення правоохоронними та іншими органами, а також цільовим використанням результатів у системі доказів процесуальним статусом.

Список використаних джерел

1. Про судову експертизу: Закон України від 25 лютого 1994 р. № 4038-ХІІ (дата оновлення 01.01.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4038-12#Text> (дата звернення 25.01.2022).
2. Про аудит фінансової звітності та аудиторської діяльності: Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2258-VIII (дата оновлення 01.08.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19#Text> (дата звернення 25.01.2022).
3. Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні: Закон України від 26 січня 1993 р. № 2939-ХІІ (дата оновлення 24.11.2021). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-12#Text> (дата звернення 25.01.2022).
4. Рева Т. М. Сутність судової економічної експертизи. *Актуальні питання наукової експертизи та криміналістики: зб. матеріалів міжнар. наук.-практ. конф., присвяч. 95-річчю створення Харків. НДІ суд. експертиз ім. засл. проф. М. С. Бокаріуса (Харків, 10–11 жовт. 2018 р.)*. 2018. С. 193-194. URL: user_files/File/sbornik/2018/Конф_Акт%20питання%20суд%20e_2018.pdf





Пашинний А.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Пристемський О.С.**, д.е.н.,
професор кафедри обліку і оподаткування,
Херсонський державний аграрно-економічний університет

АУДИТОРСЬКІ ПЕРЕВІРКИ ЯК РІЗНОВИД КОНТРОЛЮ ТА ЗАСІБ УДОСКОНАЛЕННЯ ОБЛІКОВОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

На сучасному етапі розвитку підприємницької діяльності важливого значення та широкого розповсюдження набувають послуги аудиторських перевірок, що є формою контролю за діяльністю підприємства. Нині будь-яке підприємство не може обійтися без чітко налагодженої та організованої системи контролю, що дозволила б перевіряти поставлені вимоги, фактичний стан та поведінку об'єктів управління, а також раціональність процесів, що відбуваються всередині підприємства.

Аудиторська перевірка, як і ревізія, інвентаризація, контрольні перевірки та судові експертизи, є складовою економічного контролю та призначена для виявлення негативних явищ та тенденцій на підприємстві та має на меті їх усунення, а також недопущення в майбутньому. Всі форми контролю характеризуються використанням однакових джерел інформації та законодавчих актів у сфері господарської діяльності, але між ними існують суттєві відмінності, що зумовлені завданнями та цілями, які вони повинні вирішувати [1].

Аудит, за своєю суттю, є незалежним оцінюванням та дослідженням фінансової діяльності, а також іншої інформації про суб'єкт господарювання. Він також сприяє зниженню підприємницьких та інформаційних ризиків для користувачів фінансової звітності та є основою для розробки пропозицій щодо оптимізації господарської діяльності. Основною метою аудиту є встановлення правильності, своєчасності, законності відображення операцій у бухгалтерському обліку відповідно до чинного законодавства та внутрішнього порядку організації, достовірності та неупередженості інформації в фінансовій звітності.

Впровадження аудиторських перевірок на підприємствах дає змогу здійснити удосконалення облікового процесу шляхом оптимізації роботи бухгалтерії та інших структурних підрозділів. В процесі проведення аудиту, зокрема на основі систематизації та аналізу результатів інвентаризації, формується перелік порушень, які на підсумковому етапі перевірки знаходять своє відображення у висновку аудиторської перевірки підприємства [2].

Аудиторська діяльність включає в себе організаційне і методичне забезпечення аудиту, практичне виконання аудиторських перевірок (актів) та надання інших аудиторських послуг. Безпосередній аудит може проводитись на добровільних засадах (ініціативний аудит), а також у випадках, передбачених чинним законодавством (обов'язковий аудит). Аудит фінансової звітності має своєю метою перевірку правильності її складання відповідно до встановлених



Положень (стандартів) ведення бухгалтерського обліку та формами обов'язкової звітності [3].

За допомогою рис. 1 наведемо основні принципи, які визначають аудиторську діяльність.



Рисунок 1. Основні принципи аудиторської діяльності

За формами проведення розрізняють:

- зовнішній аудит, що характеризується незалежною перевіркою підприємства аудиторською фірмою, яка перевіряє ефективність внутрішнього контролю, повноту заповнення та своєчасність подання фінансової звітності, дотримання внутрішніх облікових процесів та процедур;

- внутрішній аудит - проводиться спеціальними структурними підрозділами або уповноваженими на те працівниками, яким також може бути доручено керівництвом виконання певних спеціальних завдань. Він спрямований на перевірку дотримання правил бухгалтерського обліку та звітності, стан внутрішнього контролю, виконання економічних та інших завдань, дотримання підприємством законодавчих та нормативних актів України.

Аудиторська фірма може виконувати деякі функції з планування діяльності підприємства, наприклад, розробляти бізнес-плани, інвестиційні проекти тощо. Потреба в таких планах у підприємства може виникнути під час обґрунтування використання і повернення отриманих кредитів або інвестицій чи санації підприємства. Послуги з аналізу фінансово-господарської діяльності надаються аудиторськими фірмами, якщо замовник потребує деталізованої інформації про своє підприємство, дослідження причин виникнення будь-яких кризових ситуацій, надання рекомендацій щодо усунення негативних тенденцій та поліпшення фінансового стану та рентабельності підприємства [4].

Завершальним етапом аудиторської перевірки є висновок про правдивість та відповідність перевіреної інформації діючому законодавству та нормативам фінансової звітності підприємства. Аудитор має чітко визначити можливість аудиторського ризику, зрозуміти його сутність та передбачити максимально



можливий рівень такого ризику, оскільки від цього залежить якість надання аудиторських послуг [5].

Отже, проведення аудиту є надзвичайно важливим для будь-якого підприємства, тому що це дає змогу об'єктивно оцінити фінансово-майновий стан, встановити достовірність подання фінансової звітності, перевірити дотримання податкового законодавства. Аудит може сприяти зниженню підприємницьких ризиків, підвищенню рентабельності підприємства, а також запобігає негативним тенденціям, що можуть виникати в подальшій підприємницькій діяльності.

Список використаних джерел:

1. Пристемський О.С. Проблеми підвищення якості аудиторської діяльності. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*. III Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція, присвячена пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи Дмитра Мусійовича Фесенка 31 березня 2020 р. м. Полтава, С. 282-285.

2. *Обліково-аналітичне забезпечення управління бізнес-процесами підприємства*: Збірник тез. Всеукраїнська науково-практична інтернет-конференція. 24-25 листопада 2021 р. Херсон: Книжкове видавництво ФОП Вишемирський В.С., 2021. 434 с.

3. Давидов Г. М., Аудит: навч. посіб. 2-ге вид., перероб. і доп. К.: Т-во «Знання», КОО, 2001. 363 с.

4. Методологія і організація аудиту. Рудницький В.С. Тернопіль: «Економічна думка», 1998. 196 с.

5. Пристемський О.С., Захарченко Т.С. Міжнародний та національний досвід розвитку аудиту як виду контролю. *Перспективи розвитку обліку, контролю та фінансів в умовах інтеграційних і глобалізаційних процесів*: II Міжнародна науково-практична інтернет - конференція. 30 жовтня 2020 р., м. Харків. С.162-164.





Прийдак Т. Б., к.е.н, доцент,

доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Єременко Л., здобувач вищої освіти

СВО – магістр ОПП Облік і оподаткування

Полтавський державний аграрний університет

ОРГАНІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ АУДИТУ ЗАРЕЄСТРОВАНОВОГО КАПІТАЛУ

Згідно Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII від 21.12.2017 р. аудит фінансової звітності - аудиторська послуга з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності та/або консолідованої фінансової звітності юридичної особи або представництва іноземного суб'єкта господарювання, або іншого суб'єкта, який подає фінансову звітність та консолідовану фінансову звітність групи, з метою висловлення незалежної думки аудитора про її відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам національних положень (стандартів) бухгалтерського обліку, міжнародних стандартів фінансової звітності або іншим вимогам [1].

Актуальність дослідження методики аудиту зареєстрованого капіталу пояснюється тим, що він є складовою аудиторського дослідження власного капіталу та складання Звіту про власний капітал. При цьому, зареєстрований капітал є основою для функціонування будь-якого підприємства зазначенням суми в установчих документах.

Отже, аудит зареєстрованого капіталу можна представити як аудиторську послугу з перевірки даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності щодо зареєстрованого (пайового) капіталу, з метою висловлення незалежної думки аудитора про відповідність в усіх суттєвих аспектах вимогам міжнародних стандартів фінансової звітності.

Мета аудиту зареєстрованого капіталу включає кілька складових, основою яких є встановлення:

- достовірності вихідних первинних даних відносно формування та використання зареєстрованого (пайового) капіталу;
- повноти і своєчасності відображення інформації в облікових регістрах аналітичного та синтетичного обліку;
- правильності ведення обліку зареєстрованого капіталу відповідно до установчих документів та облікової політики та достовірності відображення зареєстрованого капіталу у звітності.

До завдань аудиту зареєстрованого капіталу можна віднести встановлення: існування та відповідності певних форм установчих документів; дотримання чинного законодавства із формування зареєстрованого капіталу і відповідності його показникам в установчих документах; повноти грошових та майнових внесків засновників; правильності відображення в системі бухгалтерського обліку суми зареєстрованого капіталу; своєчасності оплати мінімальної суми зареєстрованого капіталу у разі реєстрації; правильності відображення в системі бухгалтерського обліку зареєстрованого капіталу із



урахуванням змін, які відбулись впродовж року, а також реальної заборгованості засновників (учасників); дотримання законодавчо установлених переліків, щодо закінчення строків погашення заборгованості засновниками із формування суми зареєстрованого капіталу; правомірності оподаткування коштів, які передані засновниками до зареєстрованого капіталу підприємства; правильності визначення змін зареєстрованого капіталу та їх відображення в обліку; відповідності чинному законодавству щодо оформлення первинних документів й ведення бухгалтерського обліку [3].

Предмет аудиту зареєстрованого (пайового) капіталу є факт здійснення господарських операцій, які пов'язані з формуванням зареєстрованого (пайового) капіталу, а також відносини, що виникають при цьому між підприємствами, засновниками та учасниками.

Аудит зареєстрованого (пайового) капіталу та розрахунків з учасниками базується на чинних нормативних актах. Їх кількість є досить суттєвою, тому для зручності дослідження аудиторської перевірки узагальнимо їх у групи (табл. 1):

Таблиця 1

Нормативне забезпечення аудиту зареєстрованого капіталу

Групи документів	Перелік документів
Нормативні документи, які регламентують порядок створення підприємства, його реєстрації, ліквідації, реорганізації, провадження підприємницької діяльності тощо	Конституція України, Закони України «Про акціонерні товариства», «Про цінні папери і фондовий ринок» від 23 лютого 2006 р. № 3480-IV, «Про банки і банківську діяльність» від 7 грудня 2000 р. № 2121-III, «Про інститути спільного інвестування» від 5 липня 2012 р. № 5080-VI, «Про депозитарну систему України» від 6 липня 2012 р. № 5178-VI; Кодекси України – ЦКУ, ГКУ тощо.
Нормативні документи, що регламентують порядок ведення бухгалтерського обліку і складання фінансової звітності з питань власного капіталу	Закони України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» № 996-XIV від 16.07.99 р.; «Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 05.10.2017 № 2164-VIII, Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств та організацій, затверджена наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999р. № 291 від 30.11.99 р; НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», Податковий кодекс України, МСБО 1 «Подання фінансової звітності», МСФЗ 7 «Фінансові інструменти: розкриття інформації» тощо
Нормативні документи, які регламентують порядок проведення аудиторської перевірки	Закону України «Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність» № 2258-VIII від 21.12.2017 р., Міжнародні стандарти аудиту
Внутрішні нормативні документи підприємства	свідоцтво про державну реєстрацію, статут, установчі документи, рішення засновників (протоколи із засідань засновників), довідки про прийняття на облік в ДФСУ, про реєстрацію в органах статистики; Наказ про облікову політику,



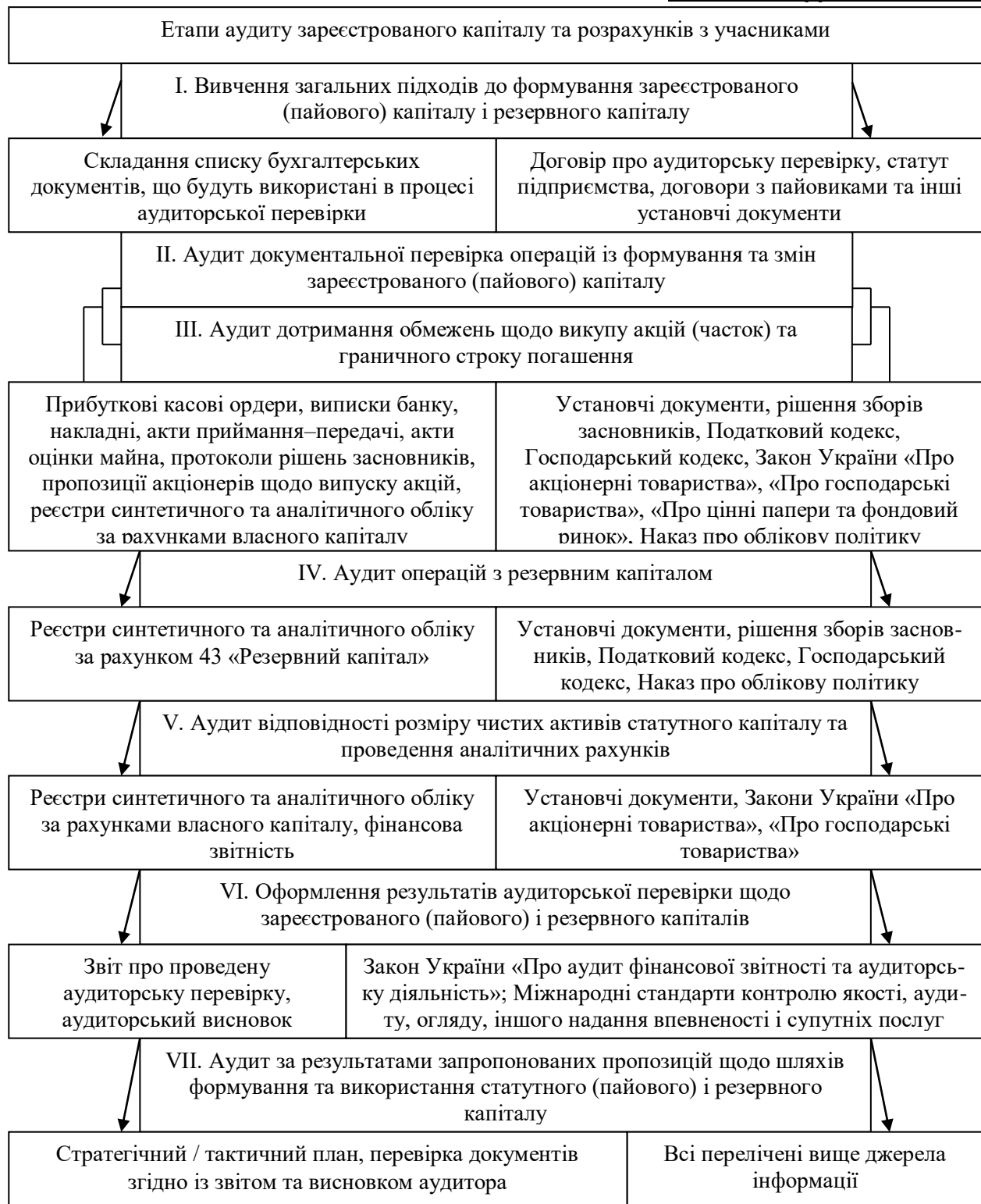


Рис. 1. Етапи аудиту зареєстрованого капіталу та розрахунків з учасниками

Інформаційними джерелами аудиту операцій зі зареєстрованим (пайовим) капіталом та розрахунків з засновниками є: первинні документи з обліку зареєстрованого капіталу (акт приймання-передачі та оцінки, накладна, ПКО, ВКО, рішення власників, довідки бухгалтерії, розрахунок бухгалтерії, рішення ліквідаційної комісії, реєстрація рішення у державному реєстрі, накази); реєстри синтетичного та аналітичного обліку; акти та довідки попередніх



ревізій, аудиторські висновки та інша документація, що узагальнює результати контролю; дані фінансової звітності.

Узагальнимо зазначені вище етапи аудиторської перевірки зареєстрованого капіталу з інформаційним забезпеченням їх проведення (рис. 1).

Визначення та конкретний зміст етапів аудиту зареєстрованого капіталу дозволить більш якісно здійснювати планування аудиту на цій ділянці [4]. Крім того, аудит зареєстрованого капіталу може бути повністю відокремлений в самостійний етап аудиторської перевірки підприємства або здійснений частково в процесі перевірки фінансової звітності .

Список використаних джерел:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність: Закон України від 21 грудня 2017 р. № 2258-VIII / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19>. (дата звернення 06.03.2019).
2. Давидов Г. М. Аудит: навч. посіб. К.: Т-во «Знання», КОО, 2009. 363 с.
3. Кулаковська Л. П. Основи аудиту: навчальний посібник для студентів вищих закладів освіти. К.: «Каравела», 2010. 504 с.
4. Лега О. В., Сіренко І.О., Кірій С.П. Організація аудиту зареєстрованого капіталу. *Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітні аспекти*: Збірник наукових праць за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (28-29 березня 2019 р.). Частина 2. Дніпро: НМетАУ, 2019. С 591-596. URL: http://dspace.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/6565/1/Метал_аудит.pdf (дата звернення 19.03.2022).





Промська В.М., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП «Фінансовий контроль та аудит»,
Науковий керівник – **Міняйло В. П.**, к. е. н., доцент, доцент кафедри
фінансового аналізу та аудиту,
Державний торговельно-економічний університет

ГЕНДЕРНИЙ АУДИТ В СИСТЕМІ ТРУДОВИХ ВІДНОСИН

Гендерна рівність та права жінок і чоловіків належать до основних прав людини, гарантованих численними міжнародними договорами, деклараціями, резолюціями, платформами та програмами дій у сфері прав людини [2]. З метою визначення стану забезпечення гендерної рівності на підприємствах, в установах чи організаціях, незалежно від форм власності, є доцільним проводити гендерний аудит.

Мінісоцполітики України затвердило Наказом №448 від 09.08.2021 Методичні рекомендації щодо проведення гендерного аудиту підприємствами, установами та організаціями [1]. Методичні рекомендації було підготовлено для забезпечення єдиного методологічного підходу до проведення гендерного аудиту згідно з нормами Конституції України, Кодексом законів про працю України, законами України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», іншими законами України та міжнародними документами у сфері забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків. У документі зазначено цілі гендерного аудиту та процедури його проведення. В додатку наведено загальні форми та критерії оцінки наявності гендерної складової, перелік приблизних питань для опитування працівників підприємства, установи чи організації [1].

Гендерний аудит – це інструмент та процес, який заснований на принципах та правилах активної участі та залучення зацікавлених сторін. Він сприяє розвитку процесів самонавчання організації різними техніками продуктивного застосування на практиці гендерного мейнстрімінгу, забезпечує погляд з різних точок зору для аналізу та надає достовірні дані для планування змін. Гендерний аудит є інструментом, який допомагає подолати основні перешкоди на шляху гендерної рівності стосовно працевлаштування, оплати праці, безпеки та охорони праці, тобто він надає дані про реальний стан речей та вказує на необхідність впровадження гендерного підходу в діяльність установи.

Аудит проводиться на основі принципів самостійної оцінки та спільної участі та бере до уваги як об'єктивні дані установи, так і уявлення співробітників щодо того, як досягти гендерної рівності в їхній організації. Мета цього процесу - якомога краще зрозуміти певні конкретні факти, різні непідтвержені або недостовірні факти. Крім того, гендерний аудит найчастіше є відправною точкою для обговорення ширших проблем, які стосуються самого змісту роботи та функціонування організації. Також бувають ситуації, які торкаються питань, що виходять за межі гендерної проблематики, такі як: існуюча в організації практика понаднормової роботи; затримки на роботі;



робота в умовах нестачі часу; так званий синдром «любові до керівника» (співробітники підтримують контакт лише з тими, хто вищий і старший за них за посадою); відсутність активних діючих структур, які спеціалізуються на обміні інформації, навчанні та адаптації отриманих знань.

Мета гендерного аудиту - сприяти самонавчанню організації технікам продуктивного та ефективного застосування комплексного гендерного підходу програмах та функціонуванні організації, а також оцінити, якою мірою прийнята політика знаходить відображення в роботі організації, підрозділу або окремих працівників [1].

Серед основних завдань гендерного аудиту можна визначити такі:

- розширення оцінки того, наскільки комплексно застосовується гендерний підхід у діяльності організації;
- оцінювання ступені впровадження комплексного гендерного підходу щодо надання гендерно чутливих продуктів та послуг;
- визначення, наскільки кадрова політика організації є гендерно сприйнятливою;
- виявлення та поширення інформації про ставлення до гендерних питань, завдяки яким стало можливим ефективніше впроваджувати в організації комплексний гендерний підхід;
- формування вихідних принципів комплексного гендерного підходу, з метою постійного проведення порівняльного аналізу показників просування гендерної рівності;
- оцінка обсягів ресурсів, виділених та витрачених на впровадження комплексного гендерного підходу;
- вивчення співвідношення кількості жінок та чоловіків в установі на різних рівнях;
- оцінка прогресу у реалізації планів дій щодо забезпечення гендерної рівності

– виявлення можливостей для подальшого покращення роботи організації

Таким чином, проведення гендерного аудиту на українських підприємствах дасть змогу розширити колективні можливості організації у плані гендерного аналізу роботи, виявити сильні та слабкі сторони організації у просуванні та активного заохочення гендерної рівності, допомогти організації самостійно розробити пропозиції щодо впровадження комплексного гендерного підходу, зміцнити командний дух, а також стимулювати аналіз та обмін інформацією, щоб активізувати процес самонавчання організації гендерного підходу.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації про проведення гендерного аудиту підприємствами, установами та організаціями. URL: <https://www.msp.gov.ua/documents/6081.html>

2. Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків: Закон України № 2866-IV від 08 вересня 2005 р. URL: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2866-15>.





Самохвалова А.Ю., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Кучеркова С.О.**, к.е.н., доцент
кафедри фінансів, обліку і оподаткування,

Таврійський державний агротехнологічний університет Імені Дмитра Моторного

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УЗГОДЖЕНОСТІ ПОКАЗНИКІВ ЗВІТУ ПРО ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ

Формування фінансових результатів у Звіті про фінансові результати підпорядковане видам діяльності підприємства. Діяльність підприємства включає операційну (основну та іншу), фінансову та інвестиційну діяльність.

Основними елементами Звіту про фінансові результати є доходи та витрати, визначення яких подано у НП(С)БО 1.

Необхідність складання форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» полягає у тому, що:

1. Звіт надає інформацію про активність та результативність діяльності підприємства за певний проміжок часу;
2. Звіт є основою, на підставі якої будується прогноз майбутньої діяльності підприємства;
3. Звіт відображає величину та джерела формування фінансового результату господарювання, складу та структури витрат, пов'язаних з основною діяльністю підприємства [1, с.60].

Удосконалення узгодженості показників Звіту про фінансові результати, в першу чергу, потребує визначення відповідності термінології у фінансовій звітності та у плані рахунків, затвердженому Міністерством фінансів України. Пропозиції щодо узгодження термінів між П(С)БО 15 «Дохід», Планом рахунків і змісту статей форми 2 відображені у табл. 1.

Для досягнення зіставності між НП(С)БО 15 і Планом рахунків, є доцільним замінити термін «Інша діяльність» на «Інша операційна діяльність», адже в Плані рахунків доходи від іншої діяльності мають назву «Інші операційні доходи», а субрахунок 791 «Результат основної діяльності» назвати «Результат операційної діяльності».

Крім того слід звернути увагу на термін «Інвестиційна діяльність». М.А.Проданчук вказує на невідповідність між фінансовою та інвестиційною діяльністю й отриманими від неї доходами [2, с.84]. Він пропонує отримані від інвестиційної діяльності доходи називати «Доходи від інвестиційної діяльності», рахунок 74 «Інші доходи» назвати «Інші доходи від інвестиційної діяльності», а рахунок 793 «Результат іншої звичайної діяльності» замінити на «Результат інвестиційних операцій», рахунок 72 «Доход від участі в капіталі» назвати «Доход від інвестиційної діяльності».



Пропозиції щодо узгодження термінів між НП(С)БО 15 «Дохід», Планом рахунків і змісту статей форми 2

Види діяльності	Види доходів згідно НП(С)БО 15 «Дохід»		План рахунків		Зміст статей форми № 2 «Звіт про фінансові результати»	
	Запропоновані	Існуючі	Запропоновані	Існуючі	Запропоновані	Існуючі
Операційна діяльність:						
- основна діяльність	Дохід від реалізації продукції	Доходи від реалізації продукції	Рах. 70 «Доходи від реалізації»	Рах. 70 «Доходи від реалізації»	Чистий дохід від реалізації продукції	Чистий дохід від реалізації продукції
- інша операційна діяльність	Інші операційні доходи	Доходи від іншої операційної діяльності	Рах. 71 «Інший операційний дохід»	Рах. 71 «Доходи від іншої операційної діяльності»	Інші операційні доходи	Доходи від іншої операційної діяльності
			Рах. 791 «Результат операційної діяльності»	Рах. 791 «Фінансові результати від операційної діяльності»	Фінансові результати від операц. діяльності	Фінансові результати від операц. діяльності
Інвестиційна діяльність	-	Доходи від інвестиційної діяльності	Рах. 72 «Дохід від участі в капіталі»	Рах. 72 «Доходи від інвестиційної діяльності»	Дохід від участі в капіталі	Доходи від інвестиційної діяльності
			окремо для Інвестиційної діяльності рахунок відсутній	Рах. 792 «Фінансові результати від інвестиційної діяльності»		
Фінансова діяльність	Фінансові доходи	Доходи від фінансової діяльності	Рах. 73 «Інші фінансові доходи»	Рах. 73 «Доходи від фінансової діяльності»	Інші фінансові доходи	Доходи від фінансової діяльності
			Рах. 792 «Результат фінансових операцій»	Рах. 793 «Фінансові результати від фінансової діяльності»		
Інша діяльність	Інші доходи	Доходи від іншої діяльності	Рах. 74 «Інші доходи»	Рах. 74 «Доходи від іншої діяльності»	Інші доходи	Доходи від іншої діяльності
			Рах. 793 «Результат іншої звичайної діяльності»	Рах. 794 «Фінансові результати від іншої діяльності»		



Доцільно для обліку доходів від інвестиційної діяльності та інших подібних сум використовувати один рахунок 72, назвавши його «Доходи від інвестиційної діяльності», з рахунку 74 «Інші доходи» вилучити доходи, які за своєю роллю підходять до інвестиційної діяльності, і віднести їх до рахунку 72. Ці уточнення необхідно внести до П(С)БО 15 «Дохід»[1, с. 63].

По фінансових доходах також має сенс зробити аналогічні зміни, а саме згідно П(С)БО 15 назву «Фінансові доходи» замінити на «Доходи від фінансової діяльності», внаслідок цього рахунок 73 «Інші фінансові доходи» назвати «Доходи від фінансової діяльності»[1, с.63].

Окремо виділити у видах діяльності «Інша діяльність», до неї відносити «Доходи від іншої діяльності», а рахунок 74 назвати «Доходи від іншої діяльності» [1, с.64].

Внаслідок цих змін назви статей у формі 2 «Звіт про фінансові результати», можуть бути такими :

- валовий прибуток змінити на прибуток від основної (операційної) діяльності;
- інші операційні доходи на доходи від іншої операційної діяльності;
- інші операційні витрати на витрати від іншої операційної діяльності;
- доход від участі в капіталі на доходи від інвестиційної діяльності;
- інші фінансові доходи на доходи від фінансової діяльності;
- фінансові витрати на витрати від фінансової діяльності;
- втрати від участі в капіталі на витрати від інвестиційної діяльності;
- інші доходи і інші витрати залишити без зміни .

Отже, в умовах глобальної інтеграції та уніфікації світового економічного простору ринкові методи управління та нормативного регулювання вимагають гармонізації системи звітної інформації для прийняття економічних рішень та забезпечення ефективного міжнародного співробітництва. Система фінансової звітності підприємств потребує доповнення та змін. Доповнення розроблених пропозицій, на нашу думку, забезпечить підвищення рівня доречності та зрозумілості облікової інформації, яка надається в фінансовій бухгалтерській звітності підприємств України.

Список використаних джерел:

1. Кучеркова С. О. Роль обліково-аналітичної системи при формуванні звітних показників. *Молодий вчений*. 2017. № 1.1 (41.1). С. 60–64.
2. Проданчук М. А. Облік і контроль фінансових результатів. К. : Інститут аграрної економіки, 2004. – 232 с.





ВІДОБРАЖЕННЯ ВИТРАТ МАЙБУТНІХ ПЕРІОДІВ В БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ І ФІНАНСОВІЙ ЗВІТНОСТІ

Особливим видом витрат, що виникають при здійсненні підприємствами господарської діяльності є витрати майбутніх періодів (далі – ВМП). Вони виникають в зв'язку з використанням в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності принципу нарахування, за яким доходи і витрати відображаються в момент їх виникнення, незалежно від дати надходження або сплати грошових коштів [1; 2].

Згідно П(С)БО 16 “Витрати” витрати визнаються витратами певного періоду одночасно з визнанням доходу, для отримання якого вони здійснені.

Витрати, які неможливо прямо пов'язати з доходом певного періоду, відображаються у складі витрат того звітного періоду, в якому вони були здійснені.

Якщо актив забезпечує одержання економічних вигод протягом кількох звітних періодів, то витрати визнаються шляхом систематичного розподілу його вартості (наприклад, у вигляді амортизації) між відповідними звітними періодами [3].

ВМП відображаються в активі форми № 1 фінансової звітності Баланс (Звіт про фінансовий стан), розділі II “Оборотні активи”, статті “Витрати майбутніх періодів”, код рядка 1170 [2].

В Методичних рекомендаціях щодо заповнення форм фінансової звітності (п. 2.36) визначено, що витрати, що мали місце протягом поточного або попередніх звітних періодів, але належать до наступних звітних періодів відображаються у статті “Витрати майбутніх періодів” [4].

До ВМП відносяться витрати, пов'язані з підготовчими до виробництва роботами в сезонних галузях промисловості; з освоєнням нових виробництв та агрегатів; сплачені авансом орендні платежі; оплата страхового поліса; оплата торгового патенту; передплата на газети, журнали, періодичні та довідкові видання тощо.

Узагальнення інформації щодо здійснених витрат у звітному періоді, які підлягають віднесенню на витрати в майбутніх звітних періодах використовувати рахунок 39 “Витрати майбутніх періодів” [5; 6].

Слід зазначити, що існує відмінність в термінології щодо використання визначення ВМП в Україні і англомовних країнах.

В Україні використовують термін ВМП, а за кордоном “deferred expenses”, що перекладається як ВМП або відкладені витрати [7].

Тому думаю, що буде доречним використовувати і в українській мові, а також в економічній термінології як один із синонімів слова ВМП термін “відкладені витрати”.



ВМП потребують розподілу і перенесенню на наступні періоди. ВМП розподіляються між наступними періодами різними способами. Доцільним при розподілі ВМП є використання методів амортизації необоротних активів, що передбачені П(С)БО 7 “Основні засоби”, а також відомі у міжнародній практиці.

Витрати майбутніх періодів можуть накопичуватися також у складі незавершеного виробництва, амортизації, напівфабрикатів, авансів виданих (попередньої (авансової) оплати запасів, робіт, послуг). Витрати майбутніх періодів подібні до них тим, що витрати здійснюються в одному періоді, але включаються у собівартість продукції в наступних періодах.

До незавершеного виробництва належить продукція (вироби, заготовки, деталі), що не пройшла всіх стадій (фаз, переділів) обробки, передбачених технологічним процесом, а також вироби неуккомплектовані, що не пройшли випробувань і технічного приймання.

В незавершеному виробництві витрати накопичуються на рахунку 23 “Виробництво” в одному періоді, а відносяться у собівартість продукції в наступних періодах, коли оприбутковують з виробництва готову продукцію.

При нарахуванні амортизації необоротних активів, вартість затрачена на їх придбання (або виготовлення) не відразу повністю відноситься у витрати, а розподіляється по наступних періодах їх використання.

При виготовленні напівфабрикатів, їх вартість буде віднесена у витрати у майбутньому при включенні у собівартість виготовленої продукції.

Підприємство-покупець може здійснювати наперед авансові платежі (оплату) продавцю (постачальникам та підрядникам) за продукцію (товари, роботи, послуги).

Отже, не треба плутати ВМП з незавершеним виробництвом, амортизацією, напівфабрикатами, авансами виданими і іншими активами.

В податковому обліку витрати майбутніх періодів визнаються витратами при їх здійсненні і не розподіляються на періоди.

Отже, ВМП розглядаються у бухгалтерському обліку і фінансовій звітності як актив, вони можуть відображатись у складі інших активів, наприклад як незавершене виробництво, амортизація, напівфабрикати, аванси видані (попередня (авансова) оплата запасів, робіт, послуг) і ін. активів.

У світі для позначення ВМП використовують термін (deferred expenses), що перекладається як витрати майбутніх періодів або відкладені витрати. Доцільно і в Україні поряд з терміном ВМП використовувати термін відкладені витрати, адже він реально характеризує здійснені витрати, що будуть відображатись в бухгалтерському обліку і фінансовій звітності у наступних періодах.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16 липня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.



2. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ № 73 від 7 лютого 2013 р. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text>.

. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ № 318 від 31 грудня 1999 р. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00#Text>.

4. Методичні рекомендації щодо заповнення форм фінансової звітності: Наказ № 433 від 28 березня 2013 р. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0433201-13/conv#Text>.

5. План рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ № 291 від 30 листопада 1999 р. (у редакції наказу № 1591 від 09 грудня 2011 р.) *Міністерство фінансів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1557-11#Text>.

6. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ № 291 від 30 листопада 1999 р. *Міністерство фінансів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99#Text>.

7. Averkamp H. What is a deferred expense? 2022. URL: <https://www.accountingcoach.com/blog/deferred-expense-adjusting-entry>.





Тарасова Ю. С., студентка 4 курсу, 13 групи, ФРГТБ,
Кузуб М.В., старший викладач кафедри обліку та оподаткування,
Київський національний торговельно-економічний університет

ОРГАНІЗАЦІЯ БУХОБЛІКУ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

З кожним роком туристична діяльність в Україні набуває все більшого розвитку. Основними причинами такого розвитку можна назвати наступні фактори:

- підвищення купівельної спроможності населення країни;
- як наслідок, зростання попиту на туристичні послуги;
- поява нових «гравців» на ринку туристичних послуг: агентств, операторів, закладів ресторанного та готельного господарств тощо.

Саме цей облік і зумовлює необхідність раціональної організації бухгалтерського обліку в управлінні туристичними суб'єктами господарювання.

В Україні сучасний стан обліку туристичної діяльності та відображення у звітності її результатів потребує серйозних змін та допрацювань. Відбулась зміна умов ліцензування туристичних агентів, що зумовило необхідність детального контролю за їх діяльністю. У зв'язку з проведенням Євро-2012 на території України зріс інтерес зовнішніх інвесторів до вітчизняних операторів та турагентів. Для залучення більших обсягів інвестицій виникла необхідність у чіткому відображенні господарських операцій та визначенні фінансових результатів туристичних підприємств [1].

Облік діяльності підприємств туристичної сфери має низку особливостей, пов'язаних із технологією формування та надання туристичних послуг, структурою туристичного продукту, організаційною формою туристичної діяльності, вимогами законодавства щодо організації та оподаткування. Зазначені фактори проявляються через структуру та характер витрат туристичного підприємства. Крім того, посилення уваги до проблеми обліку витрат пов'язане з ухваленням Податкового кодексу України, який посилається на Закон України "Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні" та положення (стандарти) бухгалтерського обліку П(С)БО. Бухгалтерський облік підтверджує статус основного джерела інформації, необхідної для управління витратами, ціноутворення та визначення фінансового результату господарської діяльності туристичного підприємства. Усе це зумовлює актуальність теми дослідження [2].

Важливим фактором побудови обліку витрат є організаційна форма діяльності туристичного підприємства, яким може бути як туристичний агент, так і туристичний оператор. Туроператором – за законодавством – є суб'єкт, що займається створенням, організацією та забезпеченням реалізації туристичного продукту і туристичних послуг. На відміну від нього, турагент виступає лише посередником, що займається реалізацією туристичного продукту, виготовленого туроператором, чи туристичних послуг будь-яких інших суб'єктів туристичної діяльності, а також бере на себе відповідальність за



реалізацію додаткових супутніх послуг.

Витрати, пов'язані із туристичною діяльністю, прийнято класифікувати за видами продуктів чи послуг. Сама ж туристична діяльність поєднує в собі складні процеси, які стосуються формування, просування, продажу та безпосередньо надання туристичних послуг.

Створення туристичного продукту у сфері бухгалтерського обліку відносять до процесу виробництва, тому витрати, пов'язані із ним, будуть виробничими. Об'єктом обліку на туристичному підприємстві може бути як окремий туристичний продукт, так і туристичний напрямок чи туристична група.

Особливістю обліку на туристичному підприємстві є неможливість створення туристичного продукту без залучення сторонніх організацій та їх послуг. Усі вимоги та обов'язки визначаються формами та умовами договорів. Договори можуть мати як і типову форму договору купівлі-продажу, так і агентської угоди. Саме форма та умови договору визначають, в якому порядку будуть відображатися в обліку вартості туристичних послуг у складі усіх витрат підприємства.

Для належної організації обліку на туристичному підприємстві необхідно проаналізувати стандартні умови договорів з постачальниками усіх туристичних послуг, а також з посередниками, замовниками, туристами, іншими організаціями тощо.

Винятком є послуги із обов'язкового страхування туристів – вони розглядаються окремо. Адже відповідно до чинного законодавства будь-яка туристична фірма є лише посередником при наданні цих послуг, тому їх вартість не буде вважатися витратами підприємства і, як наслідок, не буде враховуватися до собівартості туру.

Створення фінансового забезпечення, яке за законом призначене для покриття відповідальності туристичного підприємства перед туристом за завдані йому збитки, також призводить до виникнення певних витрат. Їх періодичність і розмір визначаються умовами договору з банківською або іншою кредитною установою. Витрати, пов'язані з обслуговуванням такого договору, стосуються лише виконання зобов'язань перед туристами під час споживання туристичних продуктів і входять до складу непрямих виробничих витрат [2].

Варто зазначити, що бухгалтерський облік турагентства значно відрізняється від обліку туроператора, адже доходом турагента є виключно сума комісійної винагороди за реалізовані туристичні послуги.

Бухгалтерський облік туристичної діяльності має свою специфіку і потребує запровадження автоматизації облікового процесу задля більш точної реалізації таких функцій, як, наприклад, функція контролю. Одним із запропонованих на ринку України варіантів автоматизації на сьогоднішній день є конфігурація «КМК: Турагент» – розробка вітчизняних спеціалістів. Програма охоплює основні напрямки туристичної діяльності: бронювання квитків та



готелів, організацію екскурсій і страхування. Окрім того вона дозволяє одержати звітність й оцінку туристичних фірм.

Організація бухгалтерського обліку на туристичному підприємстві має свою проблематику, яка обумовлюється специфікою самої діяльності. Спеціалізоване програмне забезпечення, проведення аналізу витрат, прибутку і обсягу діяльності, а також грамотний підхід до обліку зможуть забезпечити суб'єктам туристичної діяльності більш змістовну звітність і підвищений рівень ефективності управління підприємством, однак це питання все ще є об'єктом широких досліджень і потребує більш детального вивчення.

Список використаних джерел

- 1 Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 р. № 3. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text11>
2. Шляхтич Т. В. Особливості організації обліку туристичної діяльності. URL: <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/7999/1/Шляхтич%20Т.В.%20ОСОБЛИВОСТІ%20ОРГАНІЗАЦІЇ%20ОБЛІКУ%20ТУРИСТИЧНОЇ%20ДІЯЛЬНОСТІ.pdf>
3. Король С. Облік витрат туристичного підприємства. URL: <http://visnik.knute.edu.ua/files/2011/04/8.pdf>
4. Кузуб М.В. Інструменти стандартизації фінансових даних. URL: <https://knute.edu.ua/file/MTc=/c902b121ed3493620cf96cfa0c166fca.pdf>.
5. Лещій Л.А., Кузуб М.В. Оцінка впливу інфляції на показники фінансової звітності. *Глобалізаційні виклики розвитку національних економік: Міжнародна науково-практична конференція, присвяченої 70- річчю КНТЕУ. 19-21 жовтня 2016 р., м. Київ.*
6. Золотухін О. Бухгалтерський облік доходів і витрат туристичної діяльності. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/5477> .



Федо Л., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ПІДПРИЄМСТВА В ЧАСТИНІ КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

Розрахунки з контрагентами є важливою складовою фінансово-економічної діяльності будь-якого суб'єкта господарювання. Вони нерозривно пов'язані з вхідними та вихідними грошовими потоками, що складають основу процесу забезпечення безперервної діяльності підприємства. Затягування строків отримання платежів та погашення зобов'язань приводить до сповільнення операційного циклу та зниження ділової активності підприємства. Крім того, вартість грошей з урахуванням фактора часу має тенденцію до зниження, що в свою чергу негативно впливає на їх покупну спроможність і призводить до скорочення ресурсів підприємств. Тому, одним з головних завдань, які постають перед управлінською ланкою вітчизняних підприємств, є постійний моніторинг розмірів дебіторської та кредиторської заборгованості, строків погашення, аналіз їх структури та забезпечення оптимального співвідношення між сумами цих двох об'єктів обліку.

На ефективність діяльності вітчизняного підприємства значною мірою впливають створена організаційна структура, якість підготовки облікової інформації, професійний рівень фахівців, належна оцінка отриманих даних, що обумовлюють прийняття управлінських рішень [2]. Для побудови ефективної організаційної системи обліку і аналізу розрахунків з кредиторами на підприємстві слід розробити чітку структуру всіх розрахунків пов'язаних із ними.

Організація обліку і аналізу розрахунків за кредиторською заборгованістю на досліджуваному підприємстві починається з процедури підготовки облікової політики, яка становить базу для аналізу та аудиту.

Так, облікова політика на підприємстві формується за трьома етапами:

1. Організаційний етап – керівник підприємства призначає групу фахівців, які беруть участь у підготовці проєкту облікової політики та обґрунтовують форму ведення бухгалтерського обліку на підприємстві.

2. Технологічний етап – визначені фахівці здійснюють огляд та вносять пропозиції щодо побудови нової бухгалтерської служби, типу структури апарату бухгалтерії, форми організації облікового та аналітичного процесів за технічними ознаками, що є основними на кожному підприємстві.

3. Заклучний етап – визначені фахівці готують і докладно обговорюють проєкт організації облікової політики підприємства, і тільки після урахування всіх пропозицій та особливостей проєкт затверджується керівником підприємства [3].

У розробленому проєкті також визначаються терміни проведення



інвентаризації розрахунків з кредиторами, з метою виявлення безнадійних заборгованостей та потенційних зобов'язань. На основі вже розробленої облікової політики група фахівців проводить комплексний аналіз для вибору найефективнішого методу перевірки розрахунків з кредиторами підприємства, що ґрунтується на принципах: всебічності, неперервності, комплексності аналізу даних бухгалтерського обліку тощо [3].

У процесі аналізу кредиторської заборгованості на підприємстві проводять оцінку умов заборгованостей підприємства, звертають увагу на строки, обмеження використання ресурсів, можливості залучення додаткових джерел фінансування. Насамперед перевіряють достовірність інформації щодо видів і строків кредиторської заборгованості. Для цього користуються прямим підтвердженням контрагентів шляхом особистих бесід із працівниками, які мають інформацію про борги і зобов'язання підприємства, а також вивченням договорів контрактів.

У процесі виробничої діяльності часто трапляються випадки, коли кредиторська заборгованість значно перевищує дебіторську. Деякі економісти-теоретики вважають, що це свідчить про раціональне використання коштів, оскільки підприємство залучає в оборот більше коштів, ніж вивільняє з нього. Проте бухгалтери-практики оцінюють таку ситуацію негативно, оскільки підприємство мусить погашати свої борги незалежно від стану дебіторської заборгованості. Тому, аналізуючи дані кредиторської заборгованості, необхідно дослідити причини виникнення заборгованості, виходячи з господарської діяльності конкретного підприємства [1].

Отже, ретельне виконання всіх етапів організації обліку і аналізу розрахунків на підприємстві уможливить побудову на ньому діючої системи, задля ефективного управління кредиторською заборгованістю підприємства. Така система не тільки покращить розрахунки з контрагентами, але й надасть більші можливості до ефективного залучення коштів у грошовий оборот на підприємстві, що вплине на результат його діяльності в цілому.

Список використаних джерел

1. Гуцаленко Л. В., Шадурська Л. І. Організація контролю дебіторської і кредиторської заборгованості господарюючого суб'єкта. Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. 2008. Вип. 5 (20). С. 156 – 160.
2. Болюх М. А., Бурчевський В. З., Горбатов М. І. Економічний аналіз: навч. посіб. та ін. ; за ред. акад. НАНУ, проф. М. Г. Чумаченка. Вид. 2-ге, перероб. і доп. Київ: КНЕУ, 2003. 556 с.
3. Хендріксон Є. С., Ван Брен М. Ф. Теорія бухгалтерського обліку. Москва: Фінанси і статистика. 2009. 576 с.



ПРОГРАМНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ «СОНАТА»: ОСНОВНІ МОДУЛІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЗВІТУВАННЯ

Податковим кодексом України визначено три способи подання звітності:

- 1) особисто платником податків (його уповноваженою особою) до територіального органу Державної податкової служби України (ДПСУ);
- 2) поштою з повідомленням про вручення;
- 3) засобами електронного зв'язку в електронній формі.

Згідно з пунктом 49.4 Податкового кодексу України, звітувати в електронному вигляді зобов'язані великі та середні підприємства й усі платники ПДВ з дотриманням умови щодо реєстрації електронного підпису підзвітних осіб у порядку, визначеному законодавством [1].

Обмін електронними документами з контролюючими органами – це сучасний і зручний інструмент для суб'єктів господарювання. Цей інструмент, насамперед, дозволяє зекономити час і кошти платників податків, бо немає потреби особисто відвідувати податкову, купувати різні бланки звітності, стежити за їх оновленням тощо. Правильно сформувані звітність і відправити її засобами електронного зв'язку до органу Державної податкової служби України (ДПСУ) допоможе програмне забезпечення «СОНАТА».

Програма «СОНАТА» – це багатofункціональна, багатoproфільна програма для формування, підписання та надсилання електронної звітності суб'єктами господарської діяльності всіх форм власності (ФОП, ТОВ, Бюджетні організації) до контролюючих органів:

- Державна податкова служба України (ДПСУ);
- Державна служба статистики України (ДССУ);
- Фонд соціального страхування (ФСС);
- Пенсійний фонд України (ПФУ) (звіти ЄСВ);
- Міністерство економіки і розвитку торгівлі (МЕРТ);
- Національний банк України (НБУ) [2].

Програмне забезпечення «СОНАТА» здійснює підтримку електронних ключів, виданих основними акредитованими центрами сертифікації (АЦСК):

- КНЕДП ІДД ДПС України (Податкова);
- КНЕДП ДКСУ (Казначейство);
- АЦСК АТ КБ «Приватбанк»;
- КНЕДП АТ «Ощадбанк»;
- КНЕДП АТ «УКРСИББАНК»;
- КНЕДП «MASTERKEY»;
- ЦСК «Україна»;
- ДП «Дія» [2].

Програма формує звіти згідно з чинним законодавством України з



накладенням електронного цифрового підпису.

Електронний цифровий підпис – це дані в електронній формі, отримані за результатами криптографічного перетворення, які додаються до інших даних, або документів, і забезпечують їх цілісність та ідентифікацію автора. Накладанням електронного цифрового підпису завершується створення електронного документа. Електронний документ обов'язково засвідчується електронним цифровим підписом створювача та накладення мітки часу засобами програми, що є обов'язковим, ідентифікує особу та час підписання і гарантує його цілісність. Якщо ви підписали документ ЕП без позначки точного часу, то такий документ вважатиметься недійсним після закінчення дії вашого сертифіката; якщо ж використовували мітку часу під час накладання ЕП, і тоді ваш е-підпис був дійсним, то після закінчення дії сертифіката е-документ вважатиметься дійсним.

Уся звітність формується у форматі XML.

Основні модулі програмного забезпечення «СОНАТА»:

1. Майстер створення профілю. Створити профіль можна на основі файлу сертифікату, необхідно заповнити лише декілька обов'язкових полів, щоб почати роботу.

2. Розширені атрибути підприємства. Після налаштування профілю звіти автоматично заповнюються даними підприємства. Для полегшення вводу даних присутні 16 довідників, серед яких:

- УКТЗЕД (довідник товарів та послуг);
- КОАТУУ (місцезнаходження організації);
- КАТООТГ (місцезнаходження територіальних громад);
- КВЕД (класифікатор видів економічної діяльності);
- КОПФГ (форма господарювання);
- Довідники інспекцій;
- Контрагентів;
- Працівників;
- Реєстраторів розрахункових операцій (сертифікованих моделей РРО).

3. Необмежена кількість профілів. У програмі можна обробляти звітність багатьох підприємств. Зміна профілю значно розширює функціонал «СОНАТИ». По кожному звіту ведеться журнал операцій, що дає змогу переглянути, коли і ким було змінено, або відправлено звіт.

4. Автоматична перевірка звітів. Звіти проходять перевірку перед збереженням. За бажанням можна перевірити коректність заповнення форми вручну; при цьому текст помилки відображається над помилковим полем.

5. Звітність до контролюючих органів. Подання звітів до ДПСУ, ПФУ, ДССУ можливе без відвідування контролюючого органу; отримувати квитанції можна за результатом реєстрації.

Мінімальні вимоги до процесу формування звіту в електронній формі наступні:

- доступ до Інтернету та наявність електронної пошти;



- встановлення спеціалізованого програмного забезпечення для формування електронної звітності такого як «СОНАТА»;
- наявність засобу криптографічного захисту інформації для накладання та перевірки електронних цифрових підписів;
- чинні посилені сертифікати відкритих ключів.

6. Захист звітів в один клік. Сертифікати та ключі зберігаються в програмі, не потрібно кожен раз вставляти оптичний диск, або флешку. Звіти та квитанції знаходяться на комп'ютері та передаються в Інтернет тільки в зашифрованому вигляді. Особисті ключі та паролі взагалі ніколи не передаються через мережу. Важливі приватні дані надійно зашифровані.

7. Довідники та класифікатори. «СОНАТА» містить актуальні класифікатори, наприклад, УКТЗЕД, класифікатор валют та багато інших для зручності заповнення звітів. Довідники працівників чи товарів використовуються для зберігання інформації, пов'язаної з конкретним підприємством.

8. Автоматичний розрахунок. Використовується автоматичний розрахунок у бланках звітів, щоб спростити їх заповнення й уникнути помилок. Доступний автоматичний розрахунок полів звіту (наприклад, калькуляція підсумку в таблицях, або підрахунок кількості сторінок звіту для Єдиного внеску).

9. Єдине вікно для звітів та квитанцій. Звіти та квитанції згруповані. Відразу зрозуміло, якого звіту стосується квитанція. Існує спеціальне вікно для квитанцій, де можна їх переглянути, що не прив'язані до певного звіту.

10. Податкові накладні. За допомогою цього модуля можливо отримувати витяги з ЄРПН та вхідні накладні, реєструвати й обмінюватися розрахунками коригування, податковими накладними з контрагентами. В програмі є окрема вкладка для Податкових накладних. Кожна накладна містить поле «Вид», що дозволяє сортувати їх при автоматичному формуванні реєстру податкових накладних. Також їх можна реєструвати в єдиному реєстрі, відправивши як звичайний звіт.

11. Акцизні накладні. За допомогою цього модуля відбуваються формування та облік виданих та отриманих акцизних накладних, запити на відомість із реєстру акцизних накладних; друкується відомість із реєстру про платників акцизу, надаються дані про реквізити платника та стан рахунку, створюються та реєструються акцизні накладні без застосування додаткових модулів.

12. ТТН. За допомогою цього модуля відбувається формування, ведення обліку виданих та отриманих товарно-транспортних накладних.

13. РРО. За допомогою цього модуля здійснюється ведення обліку: книг обліку розрахункових операцій та реєстраційних книг, реєстратора розрахункових операцій, заяв на реєстрацію / скасування РРО.

14. Звірка ПДВ. Модуль звірки допоможе отримати податкові накладні та розрахунки коригування з ЄРПН і проконтролювати наявність первинних



документів у «СОНАТІ», а також надасть можливість заповнити Декларацію з ПДВ.

15. Розрахунок з бюджетом. За допомогою цього модуля відбувається звірення розрахунку заборгованості перед бюджетом: переплата, недоїмка, пеня. При вході в даний модуль автоматично відправляється запит про стан розрахунків з бюджетом – відображається інформація по розрахунках на зараз.

16. Імпорт / експорт з інших програм та друк. Програма «СОНАТА» підтримує імпорт, експорт звітів, податкових накладних (ПН), акцизних накладних (АН), розрахунків коригування (РК), довідників працівників та контрагентів, квитанцій та первинних документів у форматах: XML, PFZ, PDF, XLS, DBF (довідники). Друк та імпорт, експорт документів можна здійснювати групами з програмних продуктів 1С та інших облікових систем.

17. Календар. Призначений для нагадування та обліку формування подання звітів. Його можна налаштувати для конкретного підприємства.

Отже, програмне забезпечення «СОНАТА» дає можливість формувати звіти, податкові накладні, розрахунки коригування (зокрема, обмін з контрагентами), акцизні накладні, товарно-транспортні накладні в електронному вигляді та відправляти їх до контролюючих органів України.

Список використаних джерел:

1. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI / *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text> (дата звернення: 04.03.2022).

2. URL: <http://www.sonata.in.ua/>





Khomyń Petro, doktor habilitowany,
prof. **Kujawsko-Pomorskiej Szkoły
Wyższej w Bydgoszczy, Polska**

SURROGACI TEORII RACHUNKOWOŚCI

Wydaje się, że aforyzm B. Shawa o aktualnej sytuacji w teorii rachunkowości powinien zostać nieco sparafrazowany, uzupełniony o część negatywną „nie”: „Nie rozwiązując jednego problemu, urodziło się 10 innych”. I to już od czasów starożytnych ZSRR stało się tradycją, trafnie określaną w czasach „pierestrojki” terminem „słowna paplanina”.

Tak więc w latach dwudziestych zwołano również konferencję w Moskwie, choć nie na temat problemów rachunkowości, ale naukowej organizacji pracy. Ale na końcu promotor W. Kujbyszew zmuszony był przyznać, że w wyniku żonglowania określeniem NOP jest prawdziwe nieszczęście. I podobnie, to samo działo się w dzisiejszej teorii rachunkowości.

Na przykład wówczas „zwolennicy O. K. Gastewa przestrzegali przed niebezpieczeństwem nadmiernego teoretyzowania i sugerowali zajmowanie się przede wszystkim kwestiami praktycznymi”, do czego cytowany autor jest sceptyczny, mówiąc, że „takie podejście nie doceniało wagi rozwoju teoretycznego i metodologicznego, wymagało pewnych rozum nie tylko „spekulacyjny”, ale także „niemarksistowski”. Dziś „surowe” oskarżenie pod adresem teoretyków NOP brzmi nawet zabawnie, bo dobrze wiadomo, że K. Marks stworzył „doskonały system” organizacji przyszłego społeczeństwa w sposób „spekulacyjny” [3, s. 551]. Utrzymując długie i bezowocne napady maniackalne, utrzymuj ten „idealny system” co najmniej jedną szóstą globu.

Ale historia, jak powiedział Hegel, uczy, że niczego nie uczy. Tak więc nagrobki z epitafium RIP, które fatum bezlitośnie od czasu do czasu nakłada na te same „doskonałe” systemy księgowo, czy to normatywne, czy z innymi przymiotnikami-surrogatami, nie powstrzymują krasnoludzkich marksistów i zaciemniają w niejasny sposób całe pokolenia neofitów, którzy starają się coś wycisnąć w teorii rachunkowości.

Stąd nieco zmieniony fragment można zastosować do teorii rachunkowości: „Jeśli dziewiętnasty wiek całkiem zasłużenie otrzymał miano stulecia pary i elektryczności...” [3, s. 559] pod koniec XX-początku XXI wieku w teorii rachunkowości para nadaje się już tylko do gwizdów czcigodnych naukowców, a nie przynajmniej do lokomotyw, które mogłyby popchnąć tę naukę do przodu.

Istotnie, nie rozwiązując żadnego z problemów, które odziedziczyliśmy po naszych poprzednikach, na przykład nie formułując mniej lub bardziej wyrazistej interpretacji kapitału, zapominając o granicach rachunkowości określonych przez słynnego klasyka teorii rachunkowości J.-F. Shera, nie mówiąc już o „głębokość-o-o-ki” nieudanych naukowych przemyśleniach na temat przekształcania synonimów „koszt/wydatek” na antonimy itp., dzisiejsi „ultra-teoretycy” beztrąsko latają między sobą jak motyle.

Na przykład, lekko machając skrzydłami nad rachunkowością zarządczą,





przechodzą do controllingu, strategicznego itp., zamieniając teorię rachunkowości w fenologię. Gdzie sam zapis, podobnie jak wersety, w których wszystkie wersy zaczynają się na tę samą literę, wygląda jak ten sam tautogram. I ta garść jakoś zebranych tekstów, niezręczna, zagmatwana kompilacja jest przedstawiany jako bezprecedensowy wkład metodologiczny w rozwój teorii rachunkowości, który jest publikowany z przemyślanymi wypowiedziami na różnych konferencjach.

Tam, gdzie naukowcy cierpliwie słuchają takich tyrad, często zachęcając je oklaskami. Potwierdzając słuszność aforyzmu Freuda: “Kiedy mądrzy ludzie gromadzą się w tłumie, nic nie zostaje z ich umysłu”. Dlatego niestety w obecnej teorii rachunkowości dedukcyjne rozumienie jej problemów ustąpiło miejsca introskopii. Jednocześnie skala ustępstw spowodowała tę nieprzejrzystość w wewnętrznej treści kategorii księgowych, przynajmniej w guarto. Bo te najważniejsze, takie jak kapitał, dygrafizm, a nawet istota pojęć formy i systemu rachunkowości w ogóle wypadły z takich obserwacji.

I stało się to pomimo pozornej “zachorowalności” na tzw. prace naukowe dotyczące rozliczania słoniowatości: na przykład liczba rozpraw dwukrotnie lub więcej niż zalecana, a liczba źródeł rzekomo użytych w ich pisaniu przekracza tę w Index of Cited and Referenced Literature of the “Capital” Marksa, tylko nieznacznie zasłania fakt, że krajowa teoria rachunkowości w ostatnich dziesięcioleciach przekształciła się w nieuleczalną gruźlicę.

I pomimo tego, że pierwsza musiała nawet wprowadzić ograniczenia ilościowe ze względu na przekształcenie tekstu tych “teoretycznych” prac w zbiór cytatów, podczas gdy druga to w większości istotna negatywna część “nie”, o czym obecni autorzy zapominają nie tylko wymieniają nazwiska tych, którzy pojawiają się w wykazie tych źródeł, ale często w ogóle ich nie cytują, ograniczając się do zaszyfrowanego fragmentu we wstępie o znaczącym/poważnym/szczególnym/niemałym/zasadniczym/wielkim wkładzie w badanie problemu, podobno sporządzenie opisu bibliograficznego z Internetu.

I w tym przypadku można powiedzieć: jeśli wynalezienie prasy drukarskiej – “ogromnej prasy, z której płynie wino wiedzy” (A. Frans) wydarzyło się “za namową aniołów” (F. Rabelais), to Internetowego “wina” nie można powiedzieć. Przeciwnie, mamy całkowitą ignorancję i tylko “wydestylowania suchej i bezowocnej scholastyki, produkującej fałszywe abstrakcje” które były destylowane setki razy” [1, s. 126].

Co więcej, tacy epigoni nie są obciążeni wiedza w dziedzinie rachunkowości, przeszły wszystkie rafy powierzchniowe i podwodne, aby dopłynąć do nauki. Wtedy nagle stało się, jak słusznie zauważają autorzy terminu “pułapka dysertacji” V. Geets i A. Grycenko [2, s. 6]., inwazja “naukowców”, którzy nie potrafią odróżnić bilansu rachunkowości od bilansu sprawozdawczości, uznają zestawienie obrotów za coś innego. niż saldo obrotów. I, niestety, metoda ta upowszechnia się nie tylko w teorii krajowej, ale też przynajmniej prawie zagranicznej: szkoła była taka sama.

Na przykład zaskakująco stwierdza się, że “Pacioli nigdzie w Traktacie nie stwierdził, że kwota debetu jest równa kwocie kredytu, ponieważ zakładał





wykonanie kontroli przez asystenta z donośnym głosem (zob. rozdz. 32)... Myślę, że to stwierdzenie wywoła efekt wybuchu bomby na każdego... ” [4, s. 248].

Pospieszmy się więc uspokoić tych, którzy zamierzają przypadkowo uciec do schronu przeciwbombowego, aby zobaczyć fanatyka, który obecnie czyta księgę Luki Pacioli: ta niespodzianka jest raczej ciekawostką ze względu na słabe zrozumienie tego, jak Traktat zaleca weryfikację Księgi Głównej. Co tak naprawdę sugerowano “przez asystenta”, ale nie „donośnym głosem”, ale wyraźną wymową, ponieważ jego seplenienie mogło prowadzić do nieporozumień przy odczytywaniu spółgłosek.

Jeśli chodzi o krajowych “naukowcach”, to przede wszystkim oczywiste jest, że nawet w artykułach z odniesieniami do publikacji zaledwie kilku autorów podają znacznie większą listę rzekomo wykorzystanych źródeł, aby to, co jest ponownie kopiowane, nie wyglądało na czysty plagiat.

Same prace “teoretyczne” nie różnią się niczym od podręczników: pomimo wstępu, który zmuszony jest pisać na szablonie, zaczynając od problemu, a kończąc na temacie i przedmiocie badań, których istota różni się w zależności od autora, ponieważ rozróżnienie między tymi kategoriami filozoficznymi w rachunkowości nie jest łatwe, reszta tekstu jest napisana w większości przez niektórych medalistów w tym samym stylu kompilacyjno-wykładowym.

Powiedzmy: Bilans jest formą sprawozdawczości finansowej, która charakteryzuje uogólnione wskaźniki pieniężne stanu aktywów ekonomicznych przedsiębiorstwa (aktywa) i źródła ich powstawania (pasywa) na dzień sprawozdawczy. Powtarzając prawie to samo, próbując opisać podstawowe elementy metody rachunkowości: Bilans – metoda grupowania i odzwierciedlenia w wartości pieniężnej na dany dzień aktywów ekonomicznych i źródeł ich formacja, suma ich źródeł; sprawozdawczość – system powiązanych i współzależnych wskaźników, które odzwierciedlają działalność gospodarczą i finansową przedsiębiorstwa (organizacji, instytucji) przez pewien okres i jest ostatnim etapem rachunkowości.

Najwyraźniej nie zdając sobie sprawy, że bilans jest elementem metody rachunkowości, której istotą jest to, że pozwala zapewnić, że wszystkie obciążenia odpowiednio – obróty i salda na rachunkach aktywnych i pasywnych są poprawnie przekazywane z nich do Księgi Głównej tj. bez pominięć, powtórzeń, błędów arytmetycznych, pomylenia liczb. Co wyraźnie stwierdził Luca Pacioli, że “praca i operacje”, które traktat zaleca w celu weryfikacji tożsamości zapisów w dzienniku (tj. ewidencji analitycznej) i Księdze Głównej „nazywane są bilansem księgi” [4, s. 95]. Nie ma w nim aktywów ani pasywów, ponieważ w praktyce lista kont w Księdze Głównej powtarza ich zatwierdzony Plan z kodami i nazwami w tej samej kolejności.

Bibliografia:

1. Блауг М. Шмоллер, Густав фон. 100 великих экономистов. СПб.: Экономикс, 2008. 352 с.
2. Геєць В., Гриценко А. Економіка та суспільство. *Економіка України*. 2012. № 3. С. 4-24.
3. Маршев В.И. История управленческой мысли: *Учебник*. М.: НИЦ ИНФРА-М, 2005. 730 с.
4. Пачоли Л. Трактат о счетах и записях. Под ред. проф. М. И. Кутера. М.: Финансы и статистика; Краснодар: Просвещение-Юг, 2009. 308 с.





Черненко К.В., к.е.н, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

BAS КОМПЛЕКСНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

BAS (БАС) Бухгалтерія – це новий продукт, основне призначення якого полягає у вирішенні комплексу питань, поставлених перед бухгалтерською службою організації. Програма максимально зручна і комфортна у використанні, з оптимізованим інтерфейсом користувача і можливістю роботи віддалено з самостійною зміною ряду форм документів і журналів.

BAS (БАС) Бухгалтерія – це новий продукт, основне призначення якого полягає у вирішенні комплексу питань, поставлених перед бухгалтерською службою організації. Програма максимально зручна і комфортна у використанні, з оптимізованим інтерфейсом користувача і можливістю роботи віддалено з самостійною зміною ряду форм документів і журналів.

BAS Бухгалтерія дозволяє автоматизувати облік в організаціях, де паралельно здійснюється кілька видів діяльності і діють різні системи оподаткування. Продукт складається з технологічної платформи і прикладної частини (конфігурації), в якій налаштовані правила ведення обліку. Конфігурація включає в себе наступні ділянки обліку:

- ведення бухгалтерського і податкового обліку декількох організацій в одній базі, включаючи підприємства з різною системою оподаткування;
- запасів і додаткових витрат, документацію по складському обліку;
- торгових операцій: функціональності використання роздрібної та комісійної реалізації, в разі роздробу - автоматизованої і не автоматизованої торгової точки, поворотної пари;
- грошових коштів: безготівкових та готівкових, в валюті, з обробкою обміну в банку;
- розрахунків з контрагентами: для різних груп або окремих осіб, з звітністю по взаєморозрахунках, можливістю настройки журналу документів з переглядом інформації про контрагентів по ієрархії;
- ОС, МНМА, НМА і МБП з оборотом документів по всіх господарських операціях. ОС - повна інформація у відповідній картці, НМА - повний облік, МНМА - облік кількісний або по об'єктам. Облік малоцінних активів в разі передачі в користування та переміщення між підрозділами і відповідальними особами. Автоматизація списання малоцінки з експлуатації з декількома варіантами відбору;
- виробництва внутрішніх послуг, продукції і напівфабрикатів, реалізації послуг, автоматизація розрахунку собівартості виробництва продукції і послуг;
- ПДВ зі спеціалізованими типовими звітами, автоматичним створенням НН, вивантаженням НН і РН для передачі в контролюючі організації, формуванням звітності;
- зарплати з можливістю використання спрощеного режиму обліку нарахувань і спрощеного кадрового обліку без створення документів.



Формування проводок по нарахуванню заробітної плати в 2-х режимах;

- закриття періодів, звітність з автоматизованими регламентними операціями, що здійснюються за підсумками місяця, повним набором стандартних бухгалтерських звітів, формуванням і здачею регламентованої звітності і т.п.

Програмний пакет «BAS Бухгалтерія» дозволяє ефективно працювати різним категоріям користувачів. Так, керівник підприємства може використовувати інструменти звітності, менеджери з продажу - виписувати рахунки, аналізувати залишки на складах, відстежувати оплати та заборгованості. Для адміністраторів також доступні зручні форми звітів активності користувачів, налаштування переліку інформації, резервне копіювання і відновлення даних.

У числі додаткових можливостей програми - повнотекстовий пошук даних, завантаження актуального курсу валют з Інтернету, необхідних класифікаторів та інші опції [1].

У сучасних умовах особливого значення набувають питання належного інформаційного забезпечення внутрішніх користувачів підприємств для ефективного управління виробничими процесами, створення власної конкурентної позиції та забезпечення стійкого фінансового становища на ринку [2]. Першочерговим завданням на підприємствах постає створення відповідного обліково-аналітичного забезпечення для прийняття перспективних (прогнозних) рішень як визначальної компоненти ефективного розвитку бізнесу.

Список використаних джерел:

1. SOFTCOM. URL: <https://www.softcom.ua/ua/bas/programs/bas-bukhgalteriya-avtomatizatsiya-nalogovogo-i-bukhgalterskogo-ucheta/> (дата звернення 30.03.2022 р.).

2. Головацька С.І. Стратегічне спрямування обліково-аналітичного забезпечення управління витратами підприємства. *The recommended citation for this publication is: Honcharova O. Innovative cases in the aquaculture of the production of quality fish products. Perspective of science and practice. Abstracts of XIII International Scientific and Practical Conference. Amsterdam, Netherlands 2021. Pp. 54-56.*





ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ДЕБІТОРАМИ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ ОБЛІКУ І ФІНАНСОВОЇ ЗВІТНОСТІ

Враховуючи те, що наша країна швидкими темпами просувається на шляху до Європи, де організація обліку здійснюється відповідно до Міжнародних стандартів обліку і фінансової звітності, в Україні з 1998 року розпочалось реформування бухгалтерського обліку відповідно до вимог цих стандартів з їх адаптацією до економіко-правового середовища і ринкових відносин. Етап гармонізації та уніфікації розпочався із прийняття Кабінетом Міністрів України Постанови від 28 жовтня 1998 р. №1706 «Програма реформування бухгалтерського обліку із застосуванням міжнародних стандартів фінансової звітності».

На сьогодні сформовано систему бухгалтерського обліку, яка відповідає міжнародним стандартам, враховує правові норми провадження підприємницької діяльності, методологічно й методично забезпечує збирання та накопичення інформації про фінансово-господарську діяльність суб'єктів господарювання в Україні, чому сприяли умови для складання достовірної фінансової звітності, яку використовують власники підприємств [2, с.826].

Практика застосування міжнародних стандартів фінансової звітності засвідчує поглиблення кооперації суб'єктів господарювання з зарубіжними партнерами, дає широкі можливості для залучення іноземного інвестора і одержання іноземних кредитів з низькими відсотками їх погашення, що в умовах дефіциту фінансових ресурсів є надзвичайно важливим.

У міжнародних стандартах фінансової звітності, а саме IFRS 15 «Виручка за договорами з клієнтами» наводиться таке визначення дебіторської заборгованості «дебіторська заборгованість являє собою безумовне право компанії на відшкодування від покупця. При цьому безумовним право на компенсацію є тоді, коли для отримання компенсації необхідний лише плин часу» [3].

IFRS 9 «Фінансові інструменти» зазначає, що «безумовна дебіторська заборгованість визнається як актив з моменту вступу підприємства в договірні відносини, в результаті яких виникають юридичні права на отримання грошових коштів» [4].

За МСФЗ, торгова дебіторська заборгованість, є фінансовим інструментом й, відповідно, її визнання в балансі та подальша оцінка здійснюється за правилами, що діють до фінансових інструментів.

Щодо класифікації дебіторської заборгованості, то в більшості країн існують лише загальні правила, які носять рекомендаційний, а не директивний характер. Рішення про порядок розміщення різних видів дебіторської



заборгованості в балансі та ступінь деталізації цих статей приймає сама компанія.

Основними правилами класифікації дебіторської заборгованості в балансі є: розмежування різних видів дебіторської заборгованості; відображення дебіторської заборгованості в розділі «Поточні оборотні активи»; розкриття суми збитків, що пов'язані з дебіторською заборгованістю; визнання суми дебіторської заборгованості, право на яку передано іншій фірмі.

Дебіторська заборгованість в балансі за МСФЗ представляється, а отже і класифікується, за наступними групами:

- рахунки до отримання - вид дебіторської заборгованості, який виникає при продажу товарів по «відкритому рахунку», без письмового зобов'язання покупця оплатити рахунок, тобто така заборгованість, яка існує в результаті надання короткострокового кредиту продавцем покупцю;
- векселі до отримання;
- дебіторська заборгованість, не пов'язана з реалізацією.
- інша заборгованість.

В зарубіжній системі обліку дебіторська заборгованість по рахунках оцінюється та відображається в звітності за чистою вартістю реалізації, тобто за сумою грошей, яка реально може бути отримана в майбутньому в результаті погашення.

Для визначення чистої вартості реалізації необхідно оцінити чисту суму коштів, яку очікується отримати в результаті погашення дебіторської заборгованості по рахунках.

В більшості країн виявлення безнадійної дебіторської заборгованості проводиться в індивідуальному порядку, тобто при окремому розгляді кожного безнадійного до отримання рахунку.

Не отримані від покупців векселі та рахунки, надходження яких визнано як безнадійне, списуються на витрати підприємства.

Двома найбільш розповсюдженими методами обліку безнадійної заборгованості в більшості країн є метод прямого списання і метод нарахування резерву [1, с. 106].

Метод прямого списання – безнадійна дебіторська заборгованість списується на витрати в той момент, коли точно відомо, що рахунок не буде оплачений: збиток записується шляхом кредитування рахунку «Рахунки до сплати» та дебетування рахунку «Витрати на покриття безнадійних боргів».

Метод нарахування резерву – здійснюється попередня оцінка можливої величини безнадійної дебіторської заборгованості або на підставі загальної величини продаж, або на підставі загальної величини дебіторської заборгованості. На обчислену суму нараховується резерв шляхом дебетування рахунку «Резерв на покриття безнадійних боргів». Останній є оціночним контррахунком до рахунку «Рахунки до отримання».

Порядок розташування різних груп дебіторської заборгованості у балансі і ступінь деталізації цих статей, у країнах де не затверджуються типові форми



звітності, підприємство визначає самостійно в межах нормативного регулювання та інформаційних запитів користувачів (рисунок).

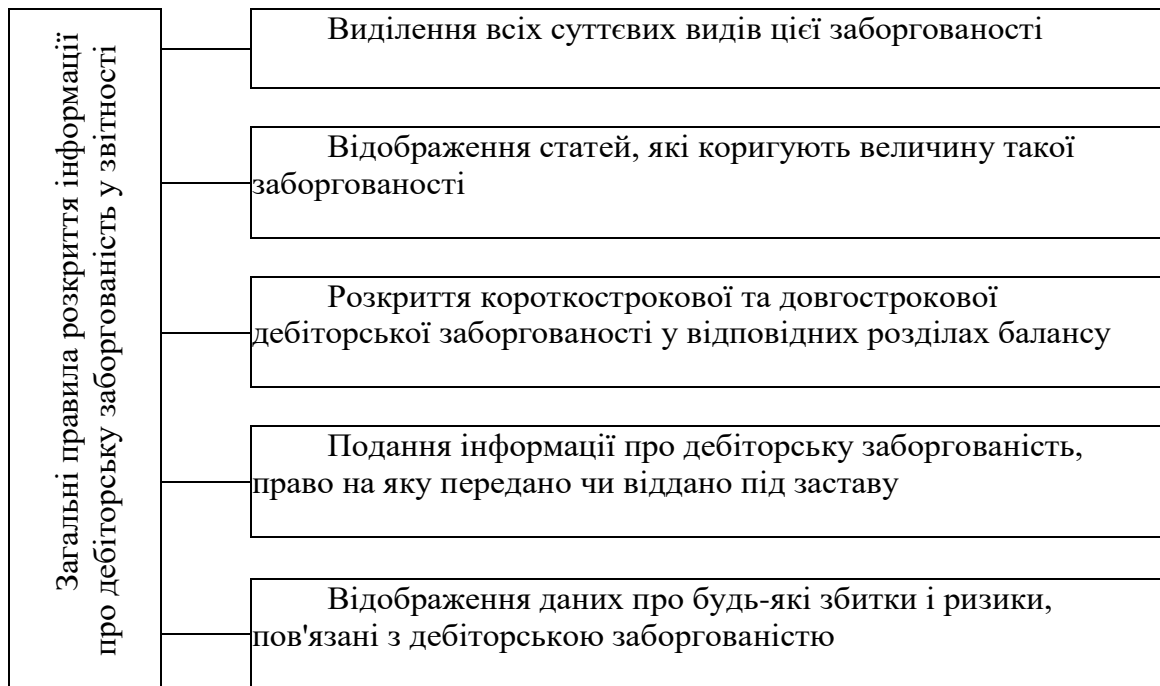


Рис. Правила розкриття інформації про дебіторську заборгованість у звітності за МСФЗ [5, с. 101].

Отже, на нашу думку впровадження у виробничу практику виробничих підприємств МСФЗ є надзвичайно актуальним і доцільним в умовах сьогодення, що створює широкі можливості для залучення іноземного інвестора і одержання іноземних кредитів з низькими відсотками їх погашення, що в умовах дефіциту фінансових ресурсів є надзвичайно важливим.

Список використаних джерел:

1. Буднік Т.В., Гнатенко Є.П. Проблеми та шляхи удосконалення дебіторської заборгованості як об'єкта обліку та аналізу. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. Випуск 9. 2016. С. 740 – 743. URL: <http://global-national.in.ua/issue-9-2016/17-vipusk-9-lyutij-2016/1800-budnik-t-v-gnatenko-e-p-problemi-ta-shlyakhi-udoskonalennya-debitorskoji-zaborgovanosti-yak-ob-ekta-obliku-i-analizu>

2. Белова І.М. Тенденції гармонізації та стандартизації обліку до міжнародних стандартів обліку та звітності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 3. 2015. С. 821 – 826.

3. МСФЗ (IFRS) 15 «Виручка за договорами з клієнтами» URL: <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ifrs-15-revenue-from-contracts-with-customers/>

4. МСФЗ (IFRS) 9 «Фінансові інструменти» URL: <https://www.ifrs.org/issued-standards/list-of-standards/ifrs-9-financial->



instruments/#about

5. Палчей А.М., Яцко М.В. Особливості бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості у зарубіжних країнах. *Вісник Черкаського університету. Серія «Економічні науки»*. №12 (345). 2015. С. 97 – 102.





СУЧАСНІ АСПЕКТИ РИЗИКООРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ ПРОВЕДЕННЯ АУДИТОРСЬКОЇ ПЕРЕВІРКИ

Методологія аудиту визначає сукупність методів проведення аудиторської перевірки, тобто методів планування аудиту, збирання аудиторських доказів, вибору аудиторських процедур. Володіння методами аудиту дозволяє визначити спосіб виконання поставлених перед аудитором завдань та застосовувати ці знання на практиці. Усе це робить актуальним вивчення сучасної методології аудиту. [1]

Метод повинен змінюватись у своєму змісті разом з об'єктом, на який він спрямований. Тому розглянемо становлення методичного забезпечення аудиту у межах етапів розвитку аудиту.

У разі системноорієнтованого підходу аудиторська експертиза проводиться з урахуванням аналізу системи внутрішнього контролю. Методика аудиту полягає в тому, що при ефективній системі внутрішнього контролю ймовірність помилок незначна і необхідність детальної перевірки зникає. Розуміння діяльності аудированої особи є основою висловлювання професійного судження аудитора. Основне значення надається тестуванню системи внутрішнього контролю та застосування процедур по суті. [2]

При застосуванні ризикорієнтованого підходу аудиторська робота концентрується в областях з вищим можливим ризиком, що спрощує аудит у областях з низьким ризиком. Основними об'єктами аудиту крім фінансової (бухгалтерської) звітності, системи внутрішнього контролю стає система управління ризиками суб'єкта господарювання. При проведенні перевірки аудитор повинен вивчити діяльність особи, яка підлягає аудиту, в обсязі, достатньому для виявлення та оцінки ризиків істотного спотворення фінансової (бухгалтерської) звітності.

На основі оцінки ризиків суттєвого спотворення бухгалтерської звітності аудитор повинен вибрати та виконати аудиторські процедури отримання належних достатніх аудиторських доказів. [3]

Аудитор має обрати аудиторські процедури, тобто визначитися, на підставі тестів засобів контролю, чи процедур перевірки по суті, чи комбінації цих процедур можуть бути усунені ризики суттєвого спотворення звітності. [4]

Отже, сучасна стадія розвитку аудиту характеризується застосуванням ризикорієнтованого підходу. Аудитор повинен вивчити діяльність особи, що підлягає аудиту, та середовище, в якому вона здійснює діяльність, включаючи систему внутрішнього контролю, в обсязі, достатньому для виявлення та оцінки ризиків суттєвого спотворення бухгалтерської звітності. Результати оцінки ризику застосовуються для визначення характеру, термінів і обсягу аудиторських процедур, необхідних для отримання достатніх належних



аудиторських доказів.

Список використаних джерел:

1. Кулаковська Л.П., Піча Ю.В. Організація і методика аудиту: навч. посіб. К.: Каравела, 2004. 568 с.
2. Ткаченко Н. М. Бухгалтерський фінансовий облік, оподаткування і звітність : підручник. К.: Алерта, 2011. 976 с.
3. Коцеруба Н.В. Організація і планування аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 29(2). С. 108–112.
4. Аудит : підручник / за заг. ред. проф. О.А. Петрик. К.: КНЕУ, 2015. 498 с.





Шершова В. О., здобувач вищої освіти
СВО Бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Мокієнко Т. В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

БУХГАЛТЕРСЬКІ ПРОГРАМИ УКРАЇНСЬКОГО ВИРОБНИЦТВА

Діловод. Система розрахована на багатьох користувачів. Для кожного, хто працює в ній, передбачається налаштування інтерфейсу в залежності від обов'язків. Підтримується можливість формувати звітність, вести документообіг. Ви можете контролювати грошові потоки, регулювати взаємовідносини з контрагентами. Вартість програмного забезпечення:

1) для ФОП: тариф «Профі» для одного ФОП без працівників на ЄП або загальній системі (для 1-го користувача) – 254 грн/міс; тариф «Профі +» для одного ФОП або юридичної особи на ЄП або загальній системі (для 1-го користувача) – 339 грн/міс; тариф «Бізнес» для одного чи декількох ФОП або юридичних осіб на ЄП (для 3-х користувачів) – 594 грн/міс;

2) для юридичних осіб: тариф «Бізнес» для одного чи декількох ФОП або юридичних осіб на ЄП (для 3-х користувачів) – 594 грн/міс; тариф «Підприємство» для одного чи декількох ФОП або юридичних осіб на ЄП (для 3-х користувачів) – 849 грн/міс. Вартість тарифів відрізняється функціоналом та можливостями обраної конфігурації.

IT-Enterprise. Бухгалтерія – це українська програма, що дає змогу вести всі типи бухгалтерського та податкового обліку. Зручна, проста у використанні та налаштуванні. У програмі реалізована можливість одночасного використання україно-мовного, російсько-мовного та англо-мовного інтерфейсів системи для різних користувачів, конфігурування під особливості ведення обліку в компанії, конвертації даних з інших бухгалтерських програм, вивантаження звітів в М.Е.Док та інші системи подачі звітності. За її допомогою можна вести облік по необмеженій кількості юридичних осіб тощо.

Важливими перевагами програми IT-Enterprise. Бухгалтерія є те, що вона орієнтована на комплексну автоматизацію підприємств, а також Відкрита архітектура побудови системи IT-Enterprise, що забезпечує можливість супроводу системи силами відділу автоматизованої системи обліку підприємства.

Дебет Плюс. Забезпечення підходить для організації малого і середнього бізнесу. Крім бухгалтерського, має в своєму розпорядженні модуль управлінського обліку.

Безкоштовну версію Дебет Плюс можуть використовувати як підприємці, так і малі підприємства. Система дозволяє вести складський облік, включає в себе систему взаємодії з клієнтами. У функції системи входить звіт бухгалтерського балансу, облік основних засобів, заробітна плата. Програма поставляється під ОС Windows, Linux, Mac OS.

Безкоштовна версія системи «Дебет Плюс»: підходить як для



підприємців, так і для малих підприємств; дозволяє вести складський облік як з бухгалтерією, так і без бухгалтерії (за бажанням користувача); працює на різних ОС - Windows, Linux, Mac OS, і СУБД - PostgreSQL, MySQL; повністю готова для роботи в умовах законодавства України і оперативно оновлюється в зв'язку з його змінами.

MASTER: Бухгалтерія розроблена для українського ринку. В одній програмі можна одночасно вести облік діяльності необмеженої кількості юридичних осіб. Звітність формується окремо для кожного підприємства, а довідники контрагентів, співробітників та номенклатури - спільні. Програма передбачає роботу з усіма системами оподаткування.

Податкову й бухгалтерську звітність формувати легко: програма робить це автоматично. Користувач може роздрукувати документ, зберегти на комп'ютері чи відправити його одразу в контролюючі органи. Звіти можна вивантажувати в різні системи подачі звітності.

На MASTER: Бухгалтерію легко перейти з інших програм для бухгалтерського обліку. Дані про контрагентів, співробітників компанії, інформацію по договорах автоматично перенесуться до MASTER: Бухгалтерії. Користувач легко знайде потрібний документ, сформує платіжне доручення або нарахує зарплату працівникам. Лінійка програмних продуктів MASTER має рішення для:

- бюджетних установ: MASTER: Бюджетні установи, MASTER: Освіта, MASTER: Військові частини, MASTER: Реєстр територіальної громади;
- бізнесу і комерційних підприємств: MASTER: Бухгалтерія, MASTER: арплата і Кадри, MASTER: Бюджетування:
- рішення для медицини - MASTER: Медицина;
- рішення для агро: MASTER: Агро, MASTER: Елеватор;
- лінійка для галузевих рішень: MASTER: ЖКГ, MASTER: Retail, MASTER: HoReCa;
- лінійка для документообігу: MASTER: Документообіг КОМПЛЕКСНЕ РІШЕННЯ, MASTER: Документообіг ОБМІН І ОБЛІК.

BAS Бухгалтерія. «BAS Бухгалтерія ПРОФ» забезпечує вирішення всіх завдань, що стоять перед бухгалтерською службою підприємства, якщо бухгалтерська служба повністю відповідає за облік на підприємстві, серед іншого, наприклад, виписку первинних документів, облік продажів тощо. Це прикладне рішення також можна використовувати виключно для ведення бухгалтерського та податкового обліку, а завдання автоматизації інших служб, наприклад, відділу продажів, вирішувати спеціалізованими прикладними рішеннями BAS або іншими системами.

До складу «BAS Бухгалтерії ПРОФ» включено план рахунків бухгалтерського обліку. Склад рахунків, організація аналітичного, валютного, кількісного обліку на рахунках відповідають вимогам законодавства щодо ведення бухгалтерського обліку та відображення даних у звітності. За необхідності користувачі можуть самостійно створювати додаткові субрахунки



і розрізи аналітичного обліку.

Програмний комплекс «Універсал 7: ERP» - потужне багаторівневе рішення класу ERP для автоматизації бізнес-процесів середнього та великого бізнесу. «Універсал» забезпечує комплексну автоматизацію різних бізнес-процесів, робить їх прозорими і легко керованими.

Таблиця 1

Ціна програми BAS Бухгалтерія ПРОФ та КОРП

Назва продукту	Ціна
BAS Бухгалтерія ПРОФ	6690 грн
BAS Бухгалтерія ПРОФ (Комплект на 5 користувачів)	12900 грн
BAS Бухгалтерія КОРП	18000 грн
Доповнення «BAS. Модуль обліку акцизного палива»	4200 грн
Супровід і технічна підтримка BAS Бухгалтерія ПРОФ (+ безкоштовні оновлення та 1 година консультацій щоденно)	5800 грн

Компанія розробник пропонує такі види продуктів «сімейства» «Універсал»:

Таблиця 2

Призначення основних продуктів комплексу «Універсал»

Програмний продукт	Призначення
Універсал 7 ERP	Комплексна система управління ресурсами підприємства (ERP). Орієнтована на середні і великі підприємства і організації (
Універсал MBE	Оптимальне співвідношення ціна / продуктивність для середнього бізнесу (до 15 користувачів). Дозволяє вести бухгалтерський облік і оперативний облік (2 плану рахунків)
Універсал SBE	Легке програмне рішення, що забезпечує все необхідне для ведення обліку на невеликому підприємстві до 10 користувачів). Дозволяє вести бухгалтерський облік (1 план рахунків)
Advantage Database Server	Система управління реляційної базою даних, для розробників бізнес-додатків. Використовується в будь-якої конфігурації ПК Універсал 7 / MBE / SBE.

Контур бухгалтерського і податкового обліку Універсал 7 ERP регламентується поточним законодавством. Забезпечується регулярна поставка оновлень. Первинна інформація в режимі реального часу надходить з інших контурів системи.

Список використаних джерел:

1. MASTER: Бухгалтерія - нова програма для обліку на підприємствах малого та середнього бізнесу. URL: <https://news.dtki.ua/debet-kredit/partner-news/45185>.

2. Мокієнко Т. В., Прийдак Т. Б. Організація роботи з програмним продуктом Universal (ERP) версія 7). *Модернізація освітньої діяльності та проблеми управління якістю підготовки фахівців в умовах джиталізації: Матеріали науково-методичної конференції*. м. Полтава. 2021. С. 177 – 179.

3. Раєвська Н. Огляд безкоштовних і платних аналогів програми 1С: Підприємство, як альтернатива: є вона, чи все ж ні? URL: <https://tqm.com.ua/ua/likbez/ua-articles/bezkoshtovni-analohy-1s#debet%20plyus>.



РОЗДІЛ 2. УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК І БІЗНЕС- АНАЛІТИКА



Bezverkhy K. V.,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of Financial Analysis and Auditing

Zhukova V. A.,

student of the Faculty of International Trade and Law,

3 course, 15 group

Kyiv National University of Trade and Economics

MEANING OF INDICATORS, CHARACTERISTICS OF FACTORS USED IN ECONOMIC ANALYSIS

Nowadays economic analysis is one of the foundations of building and developing a business. Each of us tries to constantly analyse his/her work, even at the beginning stage. So, economic analysis, if explained literally, will be "economic calculations". It measures the performance of a company. Therefore we can say that the economic analysis of the enterprise is the division of its activities into processes and economic phenomena. This can be done only by presenting all economic processes and phenomena in the form of measures and indicators.

The term 'indicator' is a quantitative characteristic of a property or feature of the phenomenon or process under study (for example, total revenue, return on sales, profitability of the margin etc.) [2] The indicator expresses stable, permanent connections, relationships that characterize the process, phenomenon, concept, category. Indicators as measuring instruments have qualitative and quantitative characteristics. They demonstrate both efficiency and profitability as they show how effectively a company is producing its core products and services and how its management runs the business.

Indicators of the enterprise can be obtained using: - Accounting (analytical and consolidated); - Business plan; - Financial Statements; - Regulations; - Statistical reference book; - After additional analytical calculations. [1]

For a reliable assessment, a set of all indicators is used to enable an expert to see a clear general picture of the financial situation. In that way the results of the enterprise activity, its efficiency and profitability are reflected. The classification of indicators can be divided into 8 criteria.

All indicators have their purpose and significance for forecasting, planning, accounting, analysis and control of the enterprise. Classification of analytical indicators is used to reliably assess the economic process and form their role in it.

Thus, the system of indicators of the complex analysis of the enterprise economic activity is reflected through the production programme. This programme includes the following indicators: the use of fixed assets, use of labour, use of enterprise personnel, financial resources of production, sales, production costs, profits and profitability, financial condition of the enterprise etc.

The more indicators an enterprise has, the better and more reliable the information will be.

Valuable and natural. The most common indicators are cost indicators. These indicators are used in assessing the business activity of the organization, and physical



indicators are used in almost all cases only for the quantitative characterization of goods and services sold. The application of the natural indicator depends on the physical qualities of products and services. Also, very often in practice there is another type - conditionally natural. These include the test weight of sold products and feed unit, calculated taking into account their quality; ton-kilometers; man-hours, etc. [1]

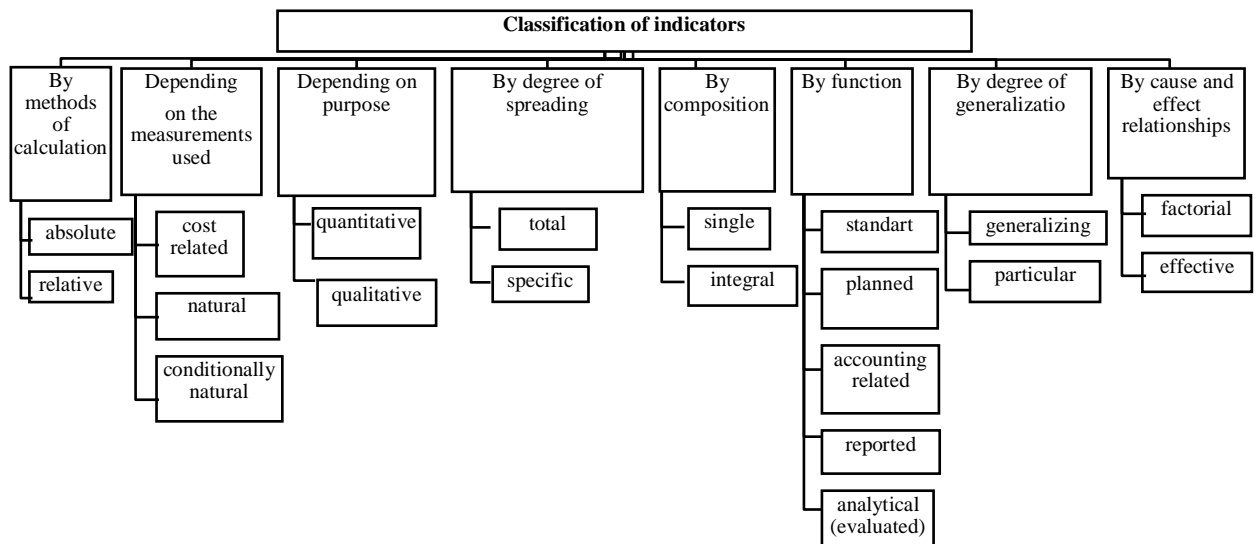


Fig. 1 Classification of indicators [2]

Source: developed by the author

Quantitative and qualitative. Quantitative indicators are used to display absolute and relative values. They are related to information that can be shown in numbers and amounts. Qualitative indicators, in its turn, demonstrate the level of resource use and are calculated in units. [4]

Factor and effective. Factor indicators are those indicators that affect the result, i.e. performance indicators.

Total and specific. These are the indicators that characterize the share of the total value or the ratio of one to another.

Absolute and relative. Absolute figures are expressed in monetary or physical units. Instead, relative indicators are calculated in percentages, indices or coefficients.

General and specific. General indicators are the result of work done in all industries. As for specific indicators, these are the measures that are used in some cases.

Generalizing, particular and supplementary (indirect). Summarizing indicators are auxiliary elements which are used to assess the work done on the whole. Particular ones reflect the individual parts having been studied. Supplementary indicators are often used as an addition for a more detailed description.

Standard, planned, accounting related, reported, analytical (evaluated). Standard or normative is an indicator that is clearly established, regulated and mandatory. Planned targets are data for the future. Analytical or evaluated ones appear only after a detailed study of economic phenomena. They are used in planning



documentation: business plans, estimates (enterprise budgets). [4]

All indicators are calculated for a definite period of time, not less than 3 years. The analysis should fully show and provide a description of the state of the enterprise.

In the activities of the enterprise much depends on such factors as technical, technological, organizational, economic and social.

The factor is the reason for changing the results of the enterprise for a certain period and the conditions under which a certain result is achieved. [1]

The study of factors is a very important stage, because in this way we have the opportunity to learn the correct assessment of the results of the enterprise and determine the internal reserves and their condition today, as well as the potential for the development. Furthermore, the factors are divided into major and minor ones of different order. Factors of the 1st order directly affect the result, and factors of the following order affect it indirectly.

Classification of factors in economic analysis. By economic meaning: production and economic; socio-economic. By the degree of impact on work results: primary; secondary. By the degree of use of reserves: intensive; extensive. By the internal content: quantitative; qualitative. By the time of impact: permanent; temporary. By the degree of detail: simple; complex. By the degree of coverage: general; specific. By the degree of impact: of the first order; of the second order; of the n-order. By the nature of impact: objective; subjective. By the direction of impact: positive; negative. By the degree of quantitative measurement of impact: quantifiable; non-quantifiable. By the way of determining the impact: direct; calculated. By the objects of the marketing environment: demographic; economic; natural; scientific and technical; political; cultural. [5]

The more detailed is the measurement of the influence of factors, the more chances to make detailed conclusions based on the results of the analysis. If the factors are interrelated, they often affect the result in different ways - positively or negatively. Each factor can consist of many others, and in this case they will act as separate factors.

Important factors that need to be given enough attention are internal and external ones. The most important are internal factors, because these are the ones on which the company has a direct impact.

Classification of factors allows you to see more broadly and in detail the content, structure and essence of economic phenomena, economic processes and operations, their internal connections, dependencies, and by this way determine the pattern of their change and development. But there are some factors that cannot be quantified, such as the age of workers and its impact on productivity.[1]

Thus, the success of the enterprise is based on a properly calculated analysis. In this regard, the calculation and application of indicators and factors of the enterprise is an important step, on which the proper operation of the enterprise in the future depends. Indicator control is an ongoing process that allows you to see the results of the company in full. [3] Proper monitoring will allow you to clearly and accurately



clarify the state of the economy today and develop an action plan for the future to improve the efficiency of the company. For example, to increase profits you need to expand the company or enter new markets. Therefore, all indicators and factors must be taken into account in the economic analysis.

References:

1. Butko A.D. Theory of economic analysis. Kyiv 2009- 354 p.
2. Indicator used in economic analysis. Studref. URL: pokazateli_ispolzuemye_ekonomicheskom_analize.
3. Klavdeeva V. Key economic indicators of the enterprise: how to calculate and analyze. Personnel Management. 18.02.2021. URL: <https://upr.ru/article/klyuchevye-ekonomicheskie-pokazateli-predpriyatiya-kak-rasschitat-i-analizirovat/>.
4. Klimova N.V. System of indicators in economic analysis. Wikireading. URL: <https://econ.wikireading.ru/69165>.
5. Factors of economic analysis: the concept and classification. Studopedia. URL: https://studopedia.com.ua/1_27314_faktori-v-ekonomichnomu-analizi-ponyattya-i-klasifikatsiya.html.





ЕКОНОМІЧНИЙ АНАЛІЗ В ПРОЦЕСІ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКЦІЇ

Ефективною діяльністю підприємства може бути лише в тому випадку, коли поряд з нарощуванням обсягів виробництва продукції забезпечується її низька собівартість. Це можливе при умові, що на підприємстві аналізують витрати виробництва, отже, активно впливають на їхнє формування, локалізують і усувають негативні чинники, які зумовлюють непродуктивні втрати праці, сировини й матеріалів, неповне використання основних засобів, що є основними причинами високої собівартості продукції (робіт, послуг).

Об'єм виробництва сільськогосподарської продукції один з основних показників, які характеризують діяльність сільськогосподарських підприємства, його платоспроможність та інші економічні показники. Тому аналіз діяльності підприємства необхідно розпочати з вивчення об'єму виробництва сільськогосподарської продукції.

Завданням аналізу процесу виробництва є виявлення додаткових можливостей збільшення виробництва продукції, поліпшення її асортименту і якості та зменшення втрат. За допомогою аналізу оцінюють: досягнутий рівень виробництва продукції; виконання контрактів і замовлень, договорів із покупцями та забезпечення продукцією потреб підприємства; виконання плану валового виробництва і фактори, які його зумовили. Також вивчають передовий досвід щодо виробництва екологічно чистої продукції, розробляють заходи збільшення виробництва продукції, підвищення її якості, оптимізації витрат на виробництво, нарощування обсягу конкурентоспроможної продукції, обґрунтовують стратегію розвитку галузі тощо [1, с. 280].

Звичайно, як обсяг виробництва продукції (робіт, послуг), так і їхня собівартість в умовах ринкових відносин не можуть аналізуватись ізольовано без урахування ринкової кон'юктури, оскільки однобічний підхід лише з позицій мінімізації витрат на виробництво продукції (забезпечується це коли темпи приросту обсягів виробництва вищі, ніж витрат на його здійснення) може привести до надвиробництва тих видів, які не матимуть збуту, і замість прибутку підприємство отримає збитки [2].

Під час аналізу процесу виробництва використовуються такі показники:

- валові витрати;
- повна собівартість продукції в цілому та за елементами, калькуляційні статті витрат;
- витрати на одну гривню товарної продукції;
- собівартість окремих видів продукції;
- окремі статті витрат.

Важливим напрямом аналізу процесу виробництва є аналіз виробничих витрат, зокрема аналіз собівартості продукції. Попри численні публікації з проблем аналізу витрат виробництва, сформовані різні методика, ще й зараз



відчувається гостра потреба у побудові нової моделі аналітичних досліджень, яка б відповідала сучасним завданням управління витрат виробництва.

В основі системного підходу лежить дослідження об'єктів як системи, розкриття їхньої цінності, виявлення багатьох типів зв'язків, зведення їх в єдину теоретичну систему.

Комплексний підхід означає вивчення об'єктів як системи з точки зору формування інформації з метою прийняття управлінських рішень.

Комплексність економічного аналізу виявляється в трьох напрямках: по-перше, в процесі аналізу враховуються не лише економічні, а й технічні, соціальні, технологічні та інші фактори; по-друге, в більш тісному зв'язку його цілей і завдань з цілями управління; по-третє, в його багаторівневому аспекті.

Системний підхід до аналізу витрат виробництва передбачає:

- виявлення місця і ролі показника витрат виробництва в оцінці досягнутої ефективності виробництва;
- розробку принципової схеми аналізу на основі класифікації факторів і резервів зниження виробничих витрат;
- визначення методів вимірювання факторів і резервів зниження виробничих витрат;
- встановлення основних напрямів мобілізації виявлених резервів раціонального використання виробничих ресурсів у поточному і перспективному плануванні собівартості продукції.

Кібернетичний підхід передбачає розгляд об'єктів як системи, що складається з елементарних перетворювачів інформації.

При кібернетичному підході аналіз підпорядкований цілям синтезу економічної системи і її вдосконаленню, економіко-математичні методи аналізу збігаються із системним дослідженням економіки та управління об'єктом.

Важлива роль у забезпеченні оптимального рівня витрат виробництва належить аналізу. Для досягнення мети аналізу виробничих витрат необхідна його організація на всіх етапах життєвого циклу виробів (робіт, послуг). Цього досягають шляхом проведення попереднього, подальшого (ретроспективного, історичного) і перспективного (прогнозуючого) аналізів. У ринковій економіці центр ваги зміщується на попередній і прогнозуючий аналізи.

Враховуючи управлінський аспект аналізу в процесі виробництва, виділяємо його аналітичні оцінки, пов'язані з пошуком резервів витрат та можливостями їх мобілізації. Для цього визначимо послідовність аналізу. На першому етапі визначається загальний рівень виконання кошторису (стандартних) витрат в розрізі економічних елементів, на другому — оцінка відхилень від стандартних прямих витрат, на третьому — аналіз виконання бюджету (кошторису) накладних витрат, на четвертому — аналіз собівартості (калькуляції) окремих виробів, на п'ятому етапі необхідно дати оцінку впливу зміни собівартості продукції на кінцеві виробничо-фінансові результати діяльності підприємства [3].

Щоб забезпечити оптимізацію рівня виробничих витрат, необхідно



організувати керування витратами на всіх стадіях життєвого циклу виробу. Найважливішою функцією цього керування є аналіз, для проведення якого потрібне відповідне забезпечення його економічною інформацією. Не можна стверджувати, що це питання вирішене. На більшості підприємств важко отримати узагальнену інформацію про витрати на виробництво за стадіями їхнього життєвого циклу.

В результаті проведеного дослідження вважаємо за необхідне застосовувати наступні заходи щодо покращення процесу виробництва продукції на підприємствах:

- планування витрат виробництва;
- планування величини основної та побічної продукції у цілому по господарству та за окремими структурними підрозділами;
- своєчасне документування фактів отримання результатів процесу виробництва;
- призначення відповідальних осіб за організацію збирання та використання основної та побічної продукції;
- забезпечення зберігання продукції;
- модернізація виробничого процесу.

Список використаних джерел:

1. Базилінська О. Я. Фінансовий аналіз: теорія та практика: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2009. 328 с.
2. Демиденко С.Л., Томчук Р.Р. Організація інформаційного забезпечення аналізу господарської діяльності. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 17. С. 815-819.
3. Людвенко Д.В. Концепція обліково-інформаційного забезпечення управління аграрним підприємством у сучасних умовах. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. Випуск 20. С. 487-496.
4. Кузь В.І., Тиніц І.І. Обліково-аналітичне забезпечення управління виробничими процесами на підприємстві. *Економіка і суспільство*. 2018. Випуск 18. С. 524-529.
5. Табурчак П.П. Аналіз і діагностика фінансово-господарської діяльності підприємства. Д.: Фенікс, 2008. 352 с.





АНАЛІЗ І СТАН ДОСЛІДЖЕНЬ ДИСТАЦІЙНОГО МОНІТОРИНГУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Моніторинг земельних відносин визначається як систематичний збір, збереження, узагальнення та оприлюднення інформації про стан земельних відносин, яка надається суб'єктами інформаційної взаємодії, згідно з рекомендованим переліком даних та показників, що подаються в процесі інформаційної взаємодії для проведення моніторингу.

Метою проведення моніторингу є створення відкритої інформаційної системи, яка відображає аналіз і стан розвитку земельних відносин в Україні та забезпечення їх прозорості.

Хоча Україна володіє масштабним за площею і високої якості земельним ресурсом, продуктивність її агросектору, а також доходи землевласників від володіння земельним ресурсом значно нижчі, аніж в інших країнах. Без наявних інструментів управління земельними ресурсами сільськогосподарські землі використовуються вкрай неефективно. Зокрема, у разі більш ефективного управління земельними ресурсами доходи бюджетів територіальних громад можуть зрости принаймні до технології, такі як системи глобального позиціонування, спеціальні датчики; дані дистанційного зондування земель, зокрема аерофотознімки та знімки із супутників, супутникова радарна зйомка, а також спеціальні програми для агроменеджменту на базі геоінформаційних систем. Наразі прозоре й ефективне управління земельними ресурсами – необхідна умова для економічного розвитку держави та територіальних громад в Україні [1].

В наш же час система забезпечення регіональних органів виконавчої влади й органів місцевого самоврядування оперативною інформацією про родючість ґрунтів і стан сільськогосподарських земель опирається на дані державної статистичної звітності й мережі агрометеорологічних станцій. При цьому дані представляються в систему збору статистичної інформації безпосередньо сільськогосподарськими товаровиробниками й тому в багатьох випадках не є достовірними й не відбивають реальний стан земель, що підтверджується результатами обробки сільськогосподарських переписів. Внаслідок недостатньої кількості агрометеорологічних станцій неможливо оцінювати всі необхідні параметри сільськогосподарського виробництва. Великі території, займані сільськогосподарськими землями, досить складно контролювати через відсутність у цифровому виді карт сільськогосподарського освоєння територій із границями полів сівозмін, сільськогосподарських полігонів і контурів, нерозвиненої мережі пунктів оперативного моніторингу, наземних станцій, у тому числі й метеорологічних, відсутності авіаційної



підтримки через високу вартість її змісту. На цих землях у силу різного роду природних процесів і господарської діяльності людини відбувається постійна зміна границь посівних площ, умов вегетації сільськогосподарських культур, властивостей ґрунтової родючості, розвиток негативних процесів.

У багатьох регіонах України відсутність актуальної картографічної основи не дозволяє вирішувати поставлені завдання моніторингу. Наявні в більшості регіонів України топографічні карти ставляться до середини 80-х - початку 90-х років минулого століття. Темпи робіт із централізованого відновлення карт суттєво знизилися, при цьому за останні роки стан агроландшафту суттєво змінилося, особливо в регіонах, що інтенсивно розвиваються [2].

Ефективним інструментом розв'язку частини поставлених завдань є система дистанційного моніторингу земель сільськогосподарського призначення, сполучена з наземними обстеженнями сільськогосподарських угідь, яка є складовою частиною системи державного інформаційного забезпечення в сфері сільського господарства.

Для забезпечення функціонування моніторингу впроваджуються нові засоби й технології, системи спостережень, збору й обробки інформації, у тому числі на основі даних дистанційного зондування Землі як найбільш об'єктивних і оперативних у застосуванні, що дозволяє одночасно вести спостереження за використанням землі, а також давати прогноз розвитку сільськогосподарських культур і величини потенційного врожаю.

У цей час дистанційний моніторинг (у першу чергу супутниковий) дозволяє одержувати об'єктивну інформацію із усієї території, зайнятої сільськогосподарськими землями. Час відновлення даної інформації становить від декількох днів до 1 року (залежно від безлічі факторів, у тому числі від її просторового дозволу).

Проведена оцінка динаміки використання й стану земель на основі порівняльного аналізу різночасних картографічних матеріалів, даних дистанційного зондування Землі й наземних обстежень із метою виявлення сценаріїв розвитку процесів і прогнозу ситуації базується на використанні сучасних геоінформаційних технологій.

Крім моніторингу земель методами дистанційного зондування, за допомогою державних установ - центрів, станцій агрохімічної служби й державних установ - центрів хімізації й сільськогосподарської радіології здійснюється моніторинг стану родючості ґрунтів шляхом щорічних наземних обстежень сільськогосподарських, що дозволяє досліджувати всі полігони й контури сільськогосподарських угідь нашої країни.

На підставі результатів проведених обстежень сформована і постійно обновлюється багаторівнева база даних родючості ґрунтів, що містить дані за останні кілька років. Ведуться роботи з векторизації карт оброблюваних земель у різних регіонах України.

У той же час іншими органами виконавчої влади відповідно до



встановлених повноважень здійснюється моніторинг земель і формуються відповідні державні інформаційні ресурси.

Так, служба державної реєстрації, кадастру й картографії організує:

- роботи зі створення, впровадження, супроводу й веденню автоматизованої системи єдиного державного реєстру прав на нерухоме майно й угод з ним, автоматизованої системи державного кадастрового обліку об'єктів нерухомого майна, а також інформаційно-комунікаційної системи, необхідної для функціонування даних автоматизованих систем;

- створення й відновлення державних топографічних карт і планів у графічній, цифровій, фотографічній й інших формах, точність і зміст яких забезпечують розв'язок загальнодержавних, оборонних, науково-дослідних і інших завдань;

- дистанційне зондування Землі з метою забезпечення геодезичної й картографічної діяльності.

Однак існуючі українські й закордонні супутникові угруповання не повною мірою мають функціональні можливості, необхідні для розв'язку вартих перед Міністерством агропромислової політики завдань по моніторингові сільськогосподарських земель.

Перспективним напрямом майбутніх досліджень слід вказати аналіз можливостей контролю за допомогою технологій дистанційного зондування земель за тінговою економікою в аграрному секторі.

Розв'язання поставлених завдань державного моніторингу сільськогосподарських земель вимагає повного набору даних дистанційного зондування Землі різного просторового дозволу. Тому державною програмою в рамках створення системи державного інформаційного забезпечення в сфері сільського господарства передбачений подальший розвиток та системи дистанційного моніторингу земель сільськогосподарського призначення з урахуванням переходу на вітчизняне встаткування дистанційного зондування Землі.

Список використаних джерел:

1. Данкевич В.Є., Данкевич Є.М. Моніторинг сільськогосподарських угідь із застосуванням систем дистанційного зондування земель. *Економіка АПК*. 2019. № 8 С. 27 URL: <http://eapk.org.ua/contents/2019/08/27>

2. За українським землеробством почали спостерігати з космосу. *Економічна правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/01/11/644220/>.





Гарбуз А., здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник - **Кулик В. А.**, д.е.н, професор, професор кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ПРОЄКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Здійснення управління в сучасних вітчизняних економічних умовах набагато складніше, ніж в сталій ринковій системі. Саме в цих умовах використання потенціалу управління ризиками відіграє особливу роль. Ризик є атрибутом господарської діяльності підприємств, організацій, установ. Функціонування організацій в умовах ризику визначає доцільність запровадження управління ризиками через необхідність врахування його впливу на їхню діяльність. В тому чи іншому сенсі керівництво усіх без винятку підприємств, організацій, установ здійснює процес управління ризиками, однак найчастіше він характеризується фрагментарністю, відсутністю чітких алгоритмів дій, некомпетентністю з огляду на неврахування сучасних методик, практик управління ризиками.

Основним напрямком удосконалення системи управління підприємствами є розробка і впровадження активного управління на основі системного та ситуаційного підходів.

Мета активного управління полягає у виробленні рішень, що забезпечують найбільш високу ефективність виробництва, а основне завдання такого управління – досягнення стійкого функціонування й цілеспрямованого розвитку підприємства шляхом оптимального розподілу ресурсів і використання його виробничого потенціалу.

Управління ризиками являє собою специфічний, відокремлений управлінський процес, який відіграє допоміжну роль в системі управління підприємством. Він набуває особливо великого значення в нестабільній економіці, тому ігнорування або несистемна реалізація функцій управління ризиками негативно впливає на результати діяльності всього підприємства. Управління ризиком містить стратегію і тактику. Під стратегією розуміють напрям і спосіб координування коштів для досягнення поставленої мети, яким відповідав би певний набір правил і обмежень для прийняття рішень.

Головні принципи, якими слід керуватися при реалізації стратегії і тактики управління ризиками підприємства, систематизовано на рис. 1.

У підсистемі управління ризиками, як традиційно в будь-якій управлінській системі, мають місце такі складові частини, як суб'єкт управління та об'єкт управління. Суб'єктом/ суб'єктами управління можуть бути фахівець з управління ризиками; керівники структурних підрозділів; фахівці окремих підрозділів тощо. Метою управління ризиками на цьому етапі розвитку методології є не лише мінімізація загроз/небезпек, але й максимізація потенційних можливостей. Зазначене має сприяти отриманню підприємством прибутку та запобіганню втратам.



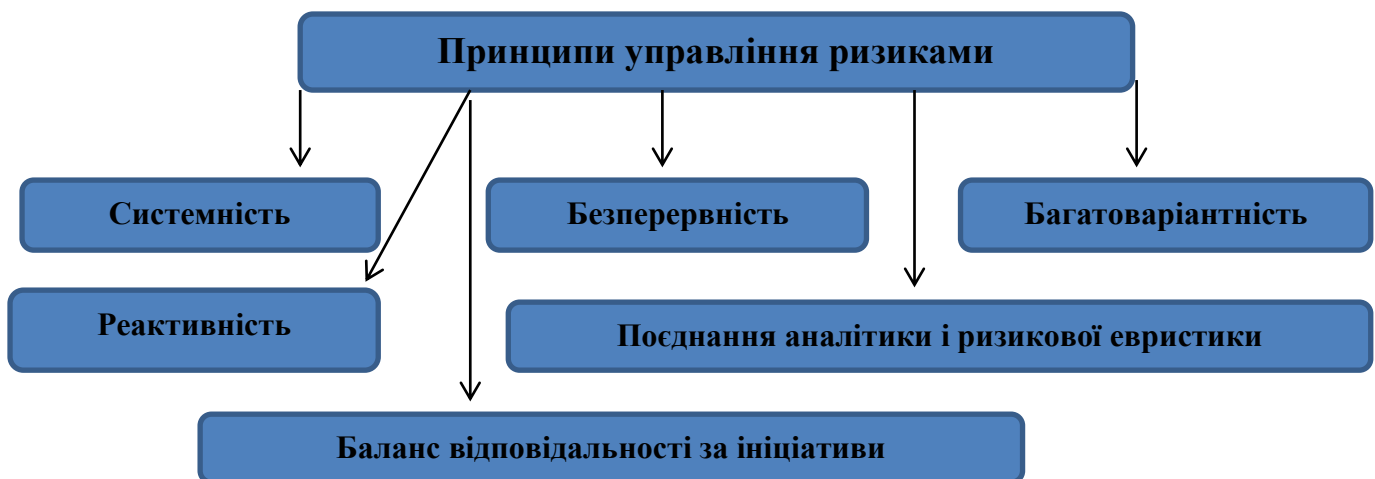


Рис. 1. Класифікація принципів управління ризиками в системі управління підприємством

Джерело: складено за [1]

Серед основних ризиків господарської діяльності промислового підприємства визначають такі [2], як ціновий ризик, що зумовлений, зокрема, зростанням/зниженням цін на ресурси, наприклад виробничі; ризик непродуктивних витрат, що зумовлений, зокрема, помилками планування, низькою професійністю працівників, зношенням елементів технічної (технологічної) системи.

Серед основних функцій управління ризиками традиційно виокремлюють такі, як планування (в межах планування здійснюється прогнозування ймовірності та наслідків впливу ризиків); організація; контроль та регулювання. Реалізація зазначених функцій передбачає наявність необхідної організаційної структури, що відповідає за управління ризиками, вмотивованості виконавців, політики та процедур управління тощо.

Ризик, як і будь-який стан, має свій певний «життєвий цикл»: він виникає, розвивається й припиняється під дією різноманітних факторів та умов. Зрозуміло, що кожен ризик має свої особливості, які впливають на його виникнення та розвиток, втім, можна виокремити загальні тенденції «протікання» ризику. У процесі розвитку ризику можна виділити такі стадії: 1) сигналізування про можливість виникнення; 2) прояв ознак виникнення того чи іншого ризику; 3) розгортання ризику; 4) ліквідація чи мінімізація наслідків ризику або «загибель» об'єкта ризику.

Основні чинники, які потрібно враховувати під час формування підсистеми управління ризиками проєктів розвитку на підприємстві, визначаємо такі як законодавство України та/або міжнародне; зміст/сутність/розуміння категорії «ризик»; нормативні документи (стандарти тощо) з управління ризиками; Індустрія 4.0 та інші чинники глобальних процесів; локальні умови господарської діяльності підприємства; знання та



досвід фахівців, які здійснюють управління ризиками на підприємстві; особливості функціонування підприємства.

Отже, серед тенденцій управління ризиками господарської діяльності промислових підприємств визначаємо такі, як доцільність організування підсистеми управління ризиками на підприємстві за її відсутності; необхідність проведення навчання фахівців різних підрозділів теоретичним та методичним основам управління ризиками; опрацювання, врахування, запровадження стандартів з управління ризиками в підсистему управління підприємством; запровадження інформаційної технології щодо управління ризиками; врахування інтересів зацікавлених сторін у процесі управління ризиками проектів розвитку підприємства.

Список використаних джерел

1. Горго І.О. Ризики як ключовий об'єкт управлінської діяльності аграрних підприємств. *Науковий вісник НУБіП України*. 2018. № 284. С. 288-298.
2. Занора В.О., Войтко С.В. Управління підприємствами: планування технологічних витрат, ризик-менеджмент, мотивування, прийняття управлінських рішень : монографія. К. : КПІ ім. Ігоря Сікорського; Політехніка, 2017. 224 с.





Гусар Є.О., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА ТА ВИХОДУ ПРОДУКЦІЇ ТВАРИНИЦТВА: НОРМАТИВНО-ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

В економічній літературі існує багато визначень поняття «витрати», оскільки воно є одним із основних у бухгалтерському обліку. Так, зокрема Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» № 73 від 07.02.2013 р. визначає, що витрати – це зменшення економічних вигод у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, які призводять до зменшення власного капіталу (за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілення власниками) [3]. Аналогічна дефініція наведена у Національному Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку (НП(С)БО) 16 «Витрати» № 318 від 31.12.1999 р. та Методичних рекомендаціях з планування, обліку та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18.05.2001 р.

Групування витрат наведено в НП(С)БО 16 «Витрати», згідно якого витрати класифікуються залежно від виду діяльності та за економічними елементами. Водночас розкрито визначення постійних і змінних загальновиробничих витрат та порядок їх розподілу. Згідно з НП(С)БО 16 загальновиробничі витрати включаються до складу виробничої собівартості продукції (робіт, послуг) [4]. Відповідно до національного законодавства регулювання обліку витрат виробництва здійснюється також і Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р., де значну увагу приділено оформленню первинних документів та реєстрації бухгалтерської звітності. Законом встановлено, що звітним періодом для складання фінансової звітності є календарний рік. Проміжна звітність складається щоквартально нарастаючим підсумком із початку року у складі балансу діяльності підприємства та звіту про фінансові результати.

У відповідності до вимог НП(С)БО 30 «Біологічні активи» в процесі первісного визнання сільськогосподарська продукція оприбутковується за справедливою вартістю, зменшеною на витрати на місці продажу. Для цілей бухгалтерського обліку біологічні активи класифікуються за наступними групами: поточні біологічні активи; довгострокові біологічні активи; додаткові біологічні активи [5].

Поточними біологічними активами тваринництва вважаються біологічні активи (тварини), які в процесі біологічних перетворень здатні давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, приносити в інший спосіб економічні вигоди протягом періоду, що не перевищує 12 місяців, а також тварини на вирощуванні [5]. У тваринництві до складу



поточних біологічних активів можна включати молодняк тварин і тварини на відгодівлі, які систематично дають продукцію у вигляді приросту живої маси, гною у період, що не перевищує 12 місяців. Під довгостроковими біологічними активами слід розуміти усі біологічні активи, які не є поточними біологічними активами. До довгострокових біологічних активів у тваринництві відносять: робочу і продуктивну худоба. Додаткові активи – це біологічні активи, одержані в процесі біологічних перетворень [5]. Додатковими біологічними активами у тваринництві є приплід, матеріал для розведення риби, нові рої бджіл.

Проте основною проблемою обліку поточних біологічних активів тваринництва, є їх оцінка, яку необхідно привести у відповідність з основними положеннями законодавчих актів і нормативних документів. Такі розбіжності спостерігаються у П(С)БО 30 «Біологічні активи», де вказується застосування справедливої вартості щодо оцінки активів [5], проте у Законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (ст. 4) визначено, що пріоритетною є оцінка біологічних активів, виходячи з витрат на їх виробництво та придбання – принцип історичної (фактичної) собівартості [6].

Відповідно до Інструкції про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств й організацій № 291 від 30.11.1999 р. для узагальнення інформації щодо витрат виробництва та виходу продукції (робіт, послуг) призначено рахунок 23 «Виробництво», до якого можуть бути відкриті окремі субрахунки для обліку за видами виробництва. Цей рахунок призначений для узагальнення інформації стосовно витрат виробництва та виходу продукції (робіт, послуг).

Методичні рекомендації з планування обліку й калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18.05.2001 р. розроблені з метою забезпечення єдності в складі й класифікації витрат, застосування методики їх планування та обліку; визначення собівартості продукції (робіт, послуг) у сільськогосподарських підприємствах та різних організаційно-правових форм власності, включаючи їх допоміжні й підсобні підрозділи [2].

Метою обліку витрат і визначення собівартості продукції (робіт, послуг) є документоване, своєчасне, повне й достовірне відображення фактичних витрат виробництва продукції для забезпечення контролю за використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів.

Калькулювання собівартості одиниці продукції (робіт, послуг) здійснюється для визначення ефективності запланованих і фактично здійснених агротехнічних, технологічних, організаційних і економічних заходів, спрямованих на розвиток і вдосконалення виробництва та для обґрунтування цінової політики підприємства.

У додатку 1 до Методичних рекомендацій наведено об'єкти планування та обліку виробничих витрат, об'єкти калькулювання продукції, одиниці калькулювання.



У додатку 2 до Методичних рекомендацій зазначено види побічної продукції, одиниці її калькулювання та методику оцінки [2].

Для забезпечення належної інформатизації обліку витрат виробництва продукції тваринництва можна виокремити чотири основні види інформації: нормативно-правова, обліково-аналітична, виробничо-технологічна та екологічна. Нормативно-правова база інформаційного забезпечення обліку витрат виробництва складається з документів законодавчого, нормативного, методичного та організаційного характеру (закони, постанови, розпорядження, інструкції і т.д.). Проте, для прийняття ґрунтовних управлінських рішень особливого значення набуває обліково-аналітична інформація. Основним інформаційним джерелом обліково-аналітичної системи є бухгалтерська інформація (первинні документи, дані аналітичного та синтетичного обліку, аналітичні показники, фінансова та статистична звітність) [1]. Виробничо-технологічна й екологічна інформація є основою для науково обґрунтованого виробництва продукції тваринництва, визначення раціональної спеціалізації, що є фундаментом успішного функціонування підприємства.

Список використаних джерел:

1. Маренич Т. Г. Облікове забезпечення відтворювальних процесів у сільськогосподарських підприємствах. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/146.2010>. (дата звернення 23.03.2022).

2. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 травня 2001 р. URL: <http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm>. (дата звернення 23.03.2022).

3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства Фінансів України № 73 від 07 лютого 2015 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua> (дата звернення 23.03.2022).

4. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства Фінансів України № 318 від 31 грудня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

5. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 30 «Біологічні активи»: Наказ Міністерства Фінансів України № 790 від 18 листопада 2005 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

6. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень Закон України № 2164-VIII від 05 жовтня 2017 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 23.03.2022).

7. Сопко В. В. Бухгалтерський облік в процесі управління підприємством: навч. посіб. Київ: КНЕУ, 2006. 526 с.





Дем'янова І. В., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Задніпровський О.Г.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Державний торговельно-економічний університет

СИСТЕМА JUST IN TIME В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ

У світі динамічного розвитку та глобалізації українські підприємства використовують нові підходи для оптимізації виробничих процесів, невід'ємною частиною цього процесу є досвід розвинутих країн та великих підприємств. Сучасна ринкова ситуація ставить перед підприємствами безліч серйозних проблем і, як наслідок, необхідність у впровадженні якісно нової форми управління суб'єктів господарювання. Забезпеченню життєдіяльності підприємств в умовах нестабільного зовнішнього і внутрішнього середовищ та гострої конкурентної боротьби сприятиме використання в процесі управління підприємством повноцінної системи управлінського обліку та звітності. Покращення результатів діяльності, зниження витрат, швидке реагування на потреби споживачів – все це концептуальні основи системи just in time («якраз вчасно») в стратегічному управлінському обліку.

Висвітлення проблематики системи «якраз вчасно» та розкриття її концептуальних основ можна побачити в наукових працях іноземних та вітчизняних вчених: К. Лей, Т. Оно, Т. Ченг, І. Хей, О.В. Фоміна, О.І. Пилипенко, В. Шевчук та інших.

За визначенням К. Лей та Т. Ченга, система «якраз вчасно» передбачає інтегрований управлінський підхід до підвищення якості продукції та підтримання своєчасності здійснення постачання, виробництва та збуту продукції [1]. Фоміна О.В. зазначає, що концепція «точно в строк» (just in time – JIT) розглядається як інструмент скорочення витрат, що не додають вартості, а також довгострокових витрат [2].

Одним із перших підприємств, які використали у виробництві систему «якраз вчасно», була Toyota Motors, яка і є засновником цієї системи. Головною метою цієї системи було усунення витрат у виробничому процесі, щоб не додавати вартості готовому виробу. Саме впровадження виробничих систем типу "якраз вчасно" забезпечило успіх японських компаній на міжнародних ринках. Цілями систем типу «якраз вчасно» є виробництво необхідної кількості продукції заданої якості у максимально точний термін, коли саме вона необхідна.

Необхідні умови реалізації концепції «якраз вчасно»: наявність в економічній системі надійних постачальників; використання систем обміну інформацією про необхідні матеріальні ресурси; висока швидкість доставки; точна інформація про поточний стан виробництва, точні прогнози на найближче майбутнє. Для цього при організації та оперативному управлінні виробничих процесів повинні використовуватися надійні телекомунікаційні системи та інформаційно-комп'ютерна підтримка.



Слушним є твердження дослідників системи «якраз вчасно», що вартості готовому виробу додає лише час його обробки (технологічні операції), тоді як увесь цикл виробництва і реалізації продукції включає в себе ще й здійснення контролю, транспортування, простої та зберігання. Тому кінцевою метою системи «якраз вчасно» є перетворити вихідні матеріали у готову продукцію протягом часу, що дорівнює часу технологічної обробки, тобто через усунення усіх видів діяльності, що не додають вартості продукту [3].

У системах «якраз вчасно», якість «вбудовано» як у виріб, так і у виробничий процес. Підприємства, які використовують систему «якраз вчасно», досягли такого рівня якості, що дозволяє їм працювати з невеликими виробничими партіями і щільним графіком. Ці системи мають високу надійність, виключені головні джерела неефективності і зривів, а робочі навчені не тільки працювати в системі, але й безперервно її вдосконалювати.

Як і будь-яка система «якраз вчасно» має свої переваги та недоліки, основні з них наведені в табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки системи just in time

Переваги	Недоліки
– синхронізація потреб в матеріальних ресурсах з їх потоком;	– критичність щодо якості функціонування інформаційної системи;
– мінімізація витрат на складське господарство та страхування;	– не дуже точний прогноз попиту та поставок;
– значне прискорення оборотності капіталу компанії;	– високі початкові інвестиції та витрати на реалізацію ЛТ (купівля дороговартісного обладнання, витрати на підготовку фахівців і заробітну плату, підвищення витрат на виробництво внаслідок невеликих партій випуску);
– поліпшення якості продукції, що випускається;	– наявність непередбачених обставин;
– високий прибуток та продуктивність логістичної системи;	– залежність від високої якості матеріалів, що постачаються;
– поліпшення відносин із постачальниками.	– потреба працювати у стабільному виробництві, хоча попит часто коливається.

Сформовано на основі джерела [4] та [5].

Застосування системи «якраз вчасно» на підприємстві впливає не тільки на економічні результати його діяльності: прибутковість, рентабельність, безперебійність роботи, але й - головне створює довгострокову стратегічну перспективу розвитку, конкурентоспроможність підприємства в цілому.

Використання системи «якраз вчасно» дає зміни в методології обліку запасів та витрат на виробництві. У зв'язку з тим, що матеріали не зберігаються на складі, а зразу постачаються у виробничі підрозділи, зникає необхідність у введенні рахунку 201 «Сировина і матеріали». Тому рахунки 201 «Сировина і матеріали» і 23 «Виробництво» можуть бути об'єднані в один рахунок.



Також ця система впливає на витрати, адже прямі витрати праці, всі виробничі накладні витрати за поточний місяць списуються в тому ж самому місяці на рахунок 90 «Собівартість реалізації».

Отже, система «якраз вчасно» має свої переваги та недоліки, але безперечно вартий уваги для вітчизняних підприємств. Ця система забезпечить продуктивність логістичної системи, більш високу якість, менші партії, мінімізація витрат та абсолютну надійність.

Список використаних джерел:

1. Kee-Hung Lai, Cheng T.C. (2009), Just-In-Time Logistics, Burlington, Gower Publishing. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=macFDAAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Just-in-time>
2. Фоміна О.В. Управлінський облік у торгівлі : монографія. К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 468 с.
3. Robert F. Conti Управление производством. «Философия just-in-time» // URL: <http://www.artkis.ru/article.php>
4. Фоміна О. В., Августова О. О. Облік логістичних витрат для цілей управління. *Бізнес Інформ.* 2019. №4. С. 294–299. URL: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-294-299>
5. Шпак О.Ю, Струк Н.С. Особливості впровадження системи «якраз вчасно» у стратегічному управлінському обліку промислового підприємства. *Облік, аналіз, аудит і оподаткування в умовах глобалізації економіки: І Міжнародна науково-практична інтернет-конференція.* URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/13223/1/%D0%A8%D0%BF%D0%B0%D0%BA%20%D0%9E.%D0%AE..PDF>





Довбня С.Б., д.е.н., професорка,
завідувачка кафедри економіки та підприємництва,
Разгоняєва Т.М.,
здобувач кафедри економіки та підприємництва,
Український державний університет науки та технологій

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Зростання конкуренції, динамічність зовнішнього середовища, глобалізація, ковід-пандемія та інші негативні фактори обумовлюють необхідність підвищеної уваги до діагностики фінансового стану підприємства і роблять її ключовою підсистемою управлінського обліку, оскільки саме в ній знаходять відзеркалення всі результати діяльності підприємства. Незважаючи на велику кількість показників оцінки фінансового стану підприємства [1-3], його діагностика стикається з рядом невирішених методичних питань, таких як: недостатня обґрунтованість критичних значень фінансових коефіцієнтів; складність формування інтегрального показника, що має економічну інтерпретацію; некоректна ідентифікація стану підприємства і т. ін. Зазначене обумовлює необхідність удосконалення методичного інструментарію діагностики фінансового стану підприємства. При цьому першочергове завдання полягає у перегляді системи оціночних індикаторів та використанні не тільки традиційних показників, які дозволяють констатувати поточний стан підприємства, а й показників, що забезпечують перспективну оцінку або дозволяють виявляти перші ознаки фінансових проблем.

Комплексну діагностику фінансового стану підприємства, на наш погляд, доцільно здійснювати по наступних оціночних напрямках: платоспроможність; фінансова незалежність; ефективність (рентабельність); грошові потоки.

1. Для оцінки платоспроможності підприємства запропоновано використовувати наступні коефіцієнти: покриття, поточної платоспроможності, Бівера, втрати платоспроможності [2,3]. Серед цих показників особливу увагу необхідно приділити коефіцієнту втрати платоспроможності [2], який використовується вельми рідко, але є дуже інформативним, оскільки, дозволяє оцінити динаміку, заздалегідь виявити ознаки погіршення платоспроможності та констатувати перспективний стан. Він розраховується за наступною формулою:

$$K_{уп} = \frac{КП_к + \frac{T_{пр}}{T_о} (КП_к - КП_н)}{КП_{кр}}, \quad \text{де}$$

$КП_к$, $КП_н$, $КП_{кр}$ – відповідно, значення коефіцієнта покриття на кінець і початок звітного періоду, а також його рекомендований рівень;

$T_о$, $T_{пр}$ – відповідно, тривалість звітного та прогнозного періоду

Якщо значення цього показника перевищує 1, то на кінець прогнозного періоду підприємство матиме достатній рівень коефіцієнта покриття і, відповідно, відзначатиметься достатньою платоспроможністю. Значення менше



1, свідчить про наявність проблем з платоспроможністю підприємства.

2. В якості індикаторів фінансової незалежності доцільно використовувати: коефіцієнти: автономії, фінансування за рахунок стабільних джерел, маневреності власного капіталу, забезпеченості власними обіговими коштами [2,3]. У цій групі про перші ознаки виникнення проблем свідчать показники, що характеризують стан власних обігових коштів (коефіцієнти маневреності власного капіталу і забезпеченості власними обіговими коштами). Низьке значення цих показників – безумовний сигнал підвищення залежності від зовнішніх джерел фінансування та ризиків неплатоспроможності.

3. До показників, які, на нашу думку, доцільно використати в процесі діагностики ефективності діяльності підприємства відносяться: рентабельність активів, рентабельність реалізації, рентабельність операційної діяльності, діловий ризик і операційний важіль [2,3]. Останні два показники мають дуже обмежене застосування. У той же час саме вони дають можливість виявити перші симптоми фінансових проблем.

Діловий ризик визначається як:

$$ДР = \frac{\sigma_{\Pi}}{П_{ср}},$$

де σ_{Π} - середньоквадратичне відхилення показника прибутку (чистого, операційного);

$П_{ср}$ - середнє значення показника прибутку (чистого, операційного).

Операційний важіль розраховується за формулою:

$$ОР = \frac{ТП}{ТВ},$$

де $ТП$ – темп зміни прибутку;

$ТВ$ – темп зміни виручки від реалізації продукції.

Нестабільність отримання прибутку або зниження темпів зростання прибутку в порівнянні з темпами зростання виручки від реалізації продукції свідчать про тенденції, які можуть погіршити фінансовий стан підприємства.

4. До показників, які характеризують грошові потоки, відносяться: коефіцієнт достатності чистого грошового потоку, коефіцієнт ліквідності грошового потоку [2]. Окрім цих показників ми пропонуємо використання також показників «ризикованості грошових потоків» і «грошового важеля».

Показник «ризикованості грошових потоків» розраховується як:

$$РД = \frac{\sigma_{\text{чдп}}}{\text{ЧДП}_{ср}},$$

де $\sigma_{\text{чдп}}$ - середньоквадратичне відхилення чистого грошового потоку;

$\text{ЧДП}_{ср}$ - середнє значення показника чистого грошового потоку.

За значеннями цього показника можна судити про ритмічність надходження грошових коштів на підприємство і прогнозувати періоди спаду чистого грошового потоку.

Показник «грошовий важіль» розраховується за формулою:



$$ДР = \frac{ТЧДП}{ТВ},$$

де ТЧДП – темп зростання чистого грошового потоку;

ТВ – темп зростання виручки від реалізації продукції.

Очевидно, що зниження чистого грошового потоку при зростанні виручки від реалізації продукції є сигналом наявності операційних, маркетингових або яких-небудь інших проблем, що обумовлюють зниження фінансової стійкості підприємства.

Показники цього напрямку рідко використовуються в діагностиці фінансового стану. У той же час, саме вони дозволяють оцінити достатність грошових коштів, що є у розпорядженні підприємства для забезпечення його поточної діяльності, можливості виконання фінансових зобов'язань в повному обсязі, а також підтримки фінансового стану на необхідному рівні. Причому якщо перші два показники (коефіцієнти достатності і ліквідності грошового потоку) дозволяють охарактеризувати поточну ситуацію, то наступні два показники (показник «ризикованості грошових потоків» і показник «грошового важеля») є індикаторами можливих проблем у майбутньому.

Рівень фінансового стану по кожному напрямку визначається як середньозважена величина міри відповідності фактичних значень приведених вище локальних оціночних показників їх рекомендованим (критерійним) значенням. Загальний рівень фінансового стану (ФС) визначається як середня величина (проста середня, середньозважена, середня геометрична) рівнів фінансового стану по кожному оціночному напрямку.

Ідентифікацію рівня фінансового стану пропонується здійснювати виділяючи п'ять можливих станів підприємства наступним чином: глибока фінансова криза ($ФС \leq 0,25$); низька фінансова криза ($0,25 < ФС \leq 0,50$); нестійкий фінансовий стан ($0,50 < ФС \leq 0,75$); задовільний фінансовий стан ($0,75 < ФС \leq 0,95$); достатній (високий) рівень фінансового стану ($ФС \geq 0,95$).

Запропонований підхід до діагностики фінансового стану дозволяє оцінити не лише поточний стан, але і виявити проблеми, що намічаються, по слабких сигналах, які свідчать про несприятливі тенденції та своєчасно вживати заходи по зміцненню фінансового стану і нейтралізації фінансових ризиків.

Список використаних джерел

1. Ткаченко І.С. Сутність фінансового стану підприємств та його оцінка в умовах невизначеності. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Зб. наук. пр. Вип. 209: В 4 т. Том IV. Дніпропетровськ: ДНУ, 2005. С. 65-74.
2. Бланк І.О., Ситник Г.В. Управління фінансами підприємства: підручник. К. Нац. торг.-екон. ун-т. 2006. 780 с.
3. Довбня С.Б., Разгоняєва Т.М. Методичні основи оцінки фінансової стійкості підприємства з урахуванням впливу факторів зовнішнього середовища. *Бізнес-Навігатор*. 2020. Вип. 3 (59). С. 89 – 94.



Довгаль А. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л. В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЯК СИСТЕМА КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах економічного стану країни та діяльності підприємств, важливе місце займає зручно та у відповідності з законодавством організована система управління підприємством, а саме управлінський облік.

Відповідно до Закону України «Про зміни до закону України про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 05.10.2017 р. внутрішньогосподарський (управлінський) облік – система збору, обробки та підготовки інформації про діяльність підприємства для внутрішніх користувачів у процесі управління підприємством [2].

Управлінський облік, на відміну від бухгалтерського, можна назвати «гнучким», адже він будується на основі внутрішніх документів суб'єкта господарювання та відповідно до особливостей діяльності, не регламентуючись при цьому нормативними актами.

Через свої функції управлінський облік виступає головним інформаційним джерелом для управління внутрішньою господарською діяльністю підприємства, його напрямими та стратегією. Основне призначення управлінського обліку – підготовка інформаційного поля для прийняття оперативних та прогнозних управлінських рішень.

Контроль – одна з функцій управлінського обліку, яка полягає в контролюванні виконанні поставлених задач та оцінюванні діяльності співробітників, менеджерів, тощо [3, с. 20]. Контроль повинен здійснюватись за умови, якщо виявлені відхилення значно відрізняються від прогнозних значень.

Управлінський контроль – це один з напрямів управлінської діяльності. Даний вид контролю необхідний для того, щоб здійснювати спостереження за процесом діяльності працюючих та якістю такої діяльності. Головними можливостями для проведення цього процесу є перевірка, спостереження, облік та аналіз.

Важливо розуміти, що навіть найменші помилки можуть мати вплив на зміни в діяльності підприємства. Вдало організований процес контролю дає змогу управлінському персоналу своєчасно знаходити шляхи пристосування до змін ринкових умов. На рис. 1 відображено основні напрями управлінської діяльності [1, с. 35].

Із інформації рис. 1 слідує, що управлінський контроль є проміжною ланкою між стратегічним плануванням та оперативним контролем.

Відтак управлінський контроль поділяється на такі етапи:

- попередній контроль – проводиться до початку проведення робіт та включає в себе розроблення процедур та правил виконання робіт для впевненості в правильності напрямку діяльності;



- поточний контроль – здійснюється безпосередньо під час виконання роботи з реалізації прийнятих рішень, спрямований на уточнення можливих відхилень у строках, результатах і т. д.;
- заключний контроль – вид управлінського контролю, що реалізується після виконання роботи чи після завершення певного часового проміжку, дає змогу здійснити аналіз результатів, їх ефективність, виявити недоліки чи, навпаки, позитивні сторони для економічних вигод в майбутньому.

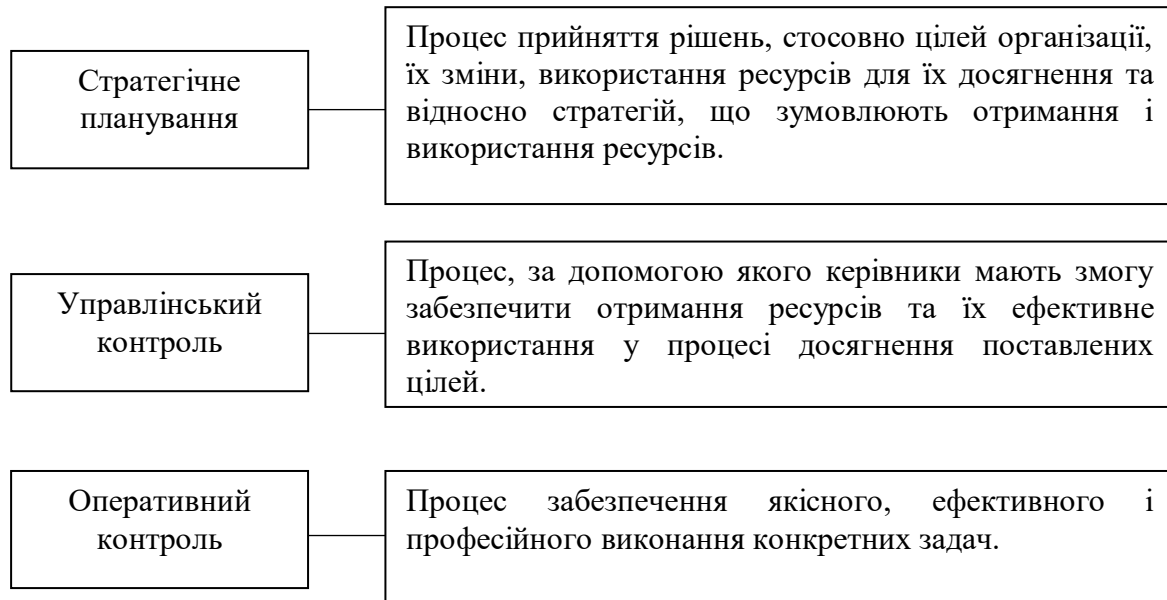


Рис. 1. Напрями управлінської діяльності

Отже, підсумовуючи вище наведену інформацію, зауважимо, що управлінський облік та управлінський контроль – два взаємопов’язані важливі процеси у процесі діяльності та управління підприємствами. За допомогою яких управління підприємством можна вивести на новий більш якісний рівень, який забезпечить покращення результатів діяльності в перспективі.

Список використаних джерел:

1. Зелікман В. Д., Ізвєкова І. М., Сокольська Р. Б. та ін. Управлінський облік: навч. посіб. Дніпро: НМетАУ, 2017. 198 с. URL: <https://nmetau.edu.ua/file/uproblik-2017.pdf>
2. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16 липня 1999 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>
3. Карпенко О. В., Карпенко Д. В. Управлінський облік: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2012. 296 с. URL: <http://dspace.puet.edu.ua/bitstream/123456789/3046/1/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA.pdf>





Донцов І.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління витратами – це процес цілеспрямованого формування оптимального рівня витрат підприємства. Під оптимізацією витрат розуміють їх мінімізацію з максимальним збереженням якості продукції та сервісного обслуговування споживачів. Проведення даного процесу дає змогу підприємству отримати конкурентні переваги на ринку збуту, проводити гнучку цінову політику, формувати оптимальну виробничу програму, та досягти високих розмірів прибутку.

Для підтримання та підвищення рівня конкурентоспроможності суб'єкта господарювання важливим є використання новітніх, більш ефективних методів управління витратами. У науковій літературі та сучасній практиці інноваційними називають наступні методи:

- absorption costing;
- direct costing;
- target costing;
- kaizen costing;
- ABC – costing;
- theory of constraints.

Метод «absorption costing» передбачає, що всі прямі й непрямі витрати підприємства розподіляються між виробленою підприємством продукцією. Головними його функціями є формування повної собівартості [1].

Перевагами методу є:

- визначення повної собівартості продукції;
- непрямі виробничі витрати в повному обсязі розподіляються між об'єктами обліку витрат пропорційно встановленій базі розподілу.

Недоліки:

- утрудненість проведення аналізу, контролю й планування витрат;
- необхідність контролю виробничого процесу.

Метод «direct costing» – собівартість виробів утворюється зі змінних витрат, у той час, як постійні витрати збираються на окремому рахунку та списуються на фінансові результати періоду. Головні функції: планування і керування витратами та фінансовим результатом [1].

Переваги методу:

- можливість аналізу і контролю за ефективністю діяльності окремих підрозділів підприємства;
- оптимізація обсягів виробництва;
- можливість гнучкого ціноутворення.

Недоліки методу:



- відсутній розрахунок повної собівартості, що є обов'язковим відповідно до чинного законодавства;

- необхідність чіткого розподілу витрат на змінні та постійні, що необхідно для розрахунку маржинальних витрат.

Метод «target costing» полягає в управлінні витратами на етапі проектування нових виробів, або модернізації застарілої продукції.

Основою методу є поняття цільової собівартості, коли управлінням підприємства планується ціна, що визначається на основі ринкових досліджень та норма прибутку, покладена в ціну товару (послуги). Собівартість розглядається не як фактично розрахований показник, а як величина, на яку повинна орієнтуватися організація, пропонуючи ринку конкурентний продукт. Тобто, фактична собівартість виробів повинна дорівнювати саме цільовій собівартості [2].

Переваги:

- сприяння інноваціям у процесі розроблення продукції;
- нормування прибутку, що полегшує планування діяльності підприємства.

Недоліки:

- значні витрати на науково-дослідну роботу;
- можливе погіршення якості продукції унаслідок прагнення мінімізувати витрати.

Метод «kaizen-costing» (удосконалення маленькими кроками) – це процес поступового вдосконалення якості процесів виробництва, шляхом впровадження навіть найменших досягнень, у результаті яких може бути досягнуто необхідний рівень собівартості задля забезпечення прибутковості виробництва. Даний метод вважається логічною еволюцією методу «target costing» та часто впроваджується паралельно з ним [1, 2].

У такій системі прийоми «target costing» використовуються на етапі проектування і розроблення продукції, а прийоми «kaizen-costing» – під час виробництва. Якщо на етапі проектування різниця між фактичною й цільовою собівартістю складає до 10 %, то приймається рішення про виробництво товару з розрахунком на те, що 10 % будуть ліквідовані в процесі виробництва прийомами «kaizen-costing».

Метод «ABC (Activity-Based Costing)» – метод обліку собівартості, що передбачає облік витрат по роботам. Виробництво розглядається як набір операцій, за якими здійснюються витрати ресурсного потенціалу [1].

Сутність методу полягає в ідентифікації виробничих процесів та віднесенні витрат, пов'язаних з ними, на продукцію, в залежності від фактичного їх споживання, вивченні можливостей впровадження оптимізаційного процесу задля забезпечення ефективності виробництва. Для цього визначається повний перелік та послідовність операцій / функцій виробничого та організаційно-управлінського процесів з розрахунком потреби у ресурсах для кожного з них. На відміну від традиційних методів



калькулювання собівартості, які відштовхуються від кількісних показників, таких як машино-години та/або прямі робочі години для розподілу непрямих або накладних витрат на продукцію, система ABC класифікує п'ять широких рівнів діяльності, які до певної міри не пов'язані з об'ємами виробництва [3]:

- рівень одиниці продукції;
- рівень партії продукції;
- продуктивний рівень (саме виробництво продукції);
- рівень покупця (реалізації);
- загальногосподарський рівень.

Переваги:

- розподіл накладних витрат на основі робіт, що їх утворюють, а не кількісних показників;
- змінюється природа деяких непрямих витрат, таких як амортизація, комунальні послуги, надаючи можливість їх точного віднесення на окремі процеси.

Недоліки:

- надвисока трудомісткість.

Отже, метод «absorption costing» доречно використовувати на підприємствах із великим асортиментом продукції й в умовах, коли попит та пропозиції можуть прогнозуватися з досить високим ступенем точності.

Метод «direct costing» доцільний для підприємств із різноманітним товарним асортиментом та корисний в умовах нестабільності зовнішнього економічного середовища.

Сукупність методів «target-costing» та «kaizen-costing» має місце суто у інноваційних галузях виробництва, а саме машинобудуванні, електронних, комп'ютерних, цифрових технологіях, а також рекомендується до впровадження у сфері обслуговування.

Метод «ABC (Activity-Based Costing)» є універсальним для всіх галузей виробництва, та рекомендується для використання на великих підприємствах через високу трудомісткість.

Список використаних джерел:

1. Артамонова Н. С., Доба Н. М. Впровадження сучасних методів управління витратами задля забезпечення конкурентних переваг. *Економіка: реалії часу*. 2013. №3(8). С. 16-21.

URL:<https://economics.net.ua/files/archive/2013/No3/16-21.pdf>

2. Білий М. М. Інноваційні методи управління витратами суб'єктів малого бізнесу. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2015. Випуск XI. С. 154-157. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vpu_Ekon_2015_11_32

3. Kenton W. Activity-Based Costing (ABC). Investopedia. 2020. URL: <https://www.investopedia.com/terms/a/abc.asp>





ВИБІР ОПТИМАЛЬНОЇ КАЛЬКУЛЯЦІЙНОЇ ОДИНИЦІ В ОБЛІКУ ПАСАЖИРСЬКИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Управлінський облік діяльності міського пасажирського автотранспорту є інформаційним ресурсом для громадського контролю за ціноутворенням у транспортній сфері. Проблемним моментом є вибір коректної калькуляційної одиниці з метою достовірного визначення собівартості наданих транспортних послуг. В практиці функціонування пасажирських перевізників використовуються наступні вимірники: один кілометр пробігу, один перевезений пасажир, один повний рейс від початкової до кінцевої зупинки громадського транспорту. У випадку виняткового врахування кілометражу пройденої автомобілем відстані поза увагою залишається кількість перевезених пасажирів при калькулюванні собівартості наданих транспортних послуг. Часова, погодна сезонність перевезення може бути причиною низького пасажиропотоку при незмінному пробігу транспортного засобу. Така ситуація актуальна для громадського транспорту, який експлуатується на рейсах, регламентованих транспортною мережею міста, незважаючи на відсутність пасажирів.

Натомість, використання показника «кількість перевезених пасажирів» як калькуляційної одиниці без врахування пройденої автотранспортом дистанції не дає змоги достовірно визначати собівартість наданих транспортних послуг. Значна волатильність пасажиропотоку на незначних дистанціях може призвести до викривлення економічних показників діяльності перевізників. Динамічна зміна кількості перевезених пасажирів між різними зупинками центрального та дальнього територіального розташування унеможливорює розрахунок собівартості перевезення для підприємств, які використовують зональний принцип ціноутворення.

Можливі два варіанти: зростання зонального пасажиропотоку призводить до збільшення вартості перевезення для оптимізації прибутку від надання послуг; зменшення кількості перевезених осіб на значних відстанях між зупинками потребує максимізації ціни за проїзд для компенсації зростаючих транспортних витрат. У цих випадках розрахунок собівартості одного перевезеного пасажирів не дає необхідної облікової інформації для прийняття управлінських рішень щодо встановлення економічно обґрунтованої ціни послуги. Тому виникає потреба пошуку нових калькуляційних одиниць.

Список використаних джерел:

1. Муравський В.В. Комп'ютерно-комунікаційна форма обліку: монографія. Тернопіль: ТНЕУ, 2018. 486 с.



Куць К.О., здобувач вищої освіти
ОС «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник - **Рудич А.І.**, к.е.н., доцент,
завідувач кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Полтавський державний аграрний університет

МЕТОДИЧНІ НАПРЯМКИ ФАКТОРНОГО АНАЛІЗУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Основними завданнями аналізу прибутку є: оцінка динаміки показників прибутку; ґрунтовності утворення та розподілення його фактичної величини; виявлення та вимірювання дії різних факторів на прибуток; оцінка можливих резервів подальшого росту прибутку на основі оптимізації обсягів виробництва та накладних витрат. Інформаційним забезпеченням – є сукупність зовнішніх та внутрішніх джерел інформації. Формування системи аналітичних показників залежить від ряду особливостей, а саме: галузевих характеристик, організаційно-правової форми господарювання, обсягу та рівня диверсифікації діяльності. До основних джерел інформації належать:

- фінансові та бізнес-плани підприємств;
- дані бухгалтерського обліку (за рахунками 79 «Фінансові результати» та його субрахунками, 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», рахунками класів 7 «Доходи і результати діяльності» та 9 «Витрати діяльності»);
- форми фінансової звітності;
- податкова звітність (Декларація про прибуток підприємства);
- статистична звітність (Форма № 1-підприємство «Звіт про основні показники діяльності підприємства»);
- облікові реєстри та первинні документи;
- матеріали ревізій та аудиторських перевірок тощо.

Методика аналізу прибутку підприємства полягає у порівнянні фактичних даних за звітний період з плановими значеннями або з даними за попередні періоди, виявленні тенденції змін, встановленні причин відхилення від планового рівня прибутку [1].

Основною складовою аналізу прибутку є рентабельність – відносна величина, що відображає ступінь дохідності, вигідності та прибутковості діяльності. Показники рентабельності глибше, в порівнянні з абсолютними показниками прибутку, відображають результати ведення господарської діяльності. Рентабельність – відображає співвідношення ефекту із вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. На обсяг прибутку впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. Тому з метою визначення впливу кожного з цих факторів проводять факторний аналіз, що являє собою комплексний вимір кількісного впливу факторів на величину результативних показників. Величина прибутку формується під впливом таких факторів: обсяг реалізації, структура продукції, відпускні ціни, рівень матеріальних ресурсів тощо [2].

Важливими умовами зростання доходу від реалізації продукції є:



збільшення обсягу забезпечення ритмічності виробництва та відвантаження; зниження собівартості; підвищення якості продукції та її конкурентоздатності на ринку. Поширеним способом узагальнення та систематизації факторів впливу є створення так званих систем факторів. Вони розкривають явище, що вивчається, у вигляді суми чи добутку декількох факторів, які визначають його величину та функціонально залежать від нього. Найбільш поширені методи визначення впливу факторів на прибуток підприємства наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Методи визначення впливу факторів на прибуток підприємства

№	Метод	Характеристика методу
1	Ланцюгових підстановок	Полягає в поступовій заміні базисної величини кожного факторного показника в обсязі результативного показника на фактичну в звітному періоді. Порівняння результату розрахунку з попереднім надає можливість визначати величину впливу окремих факторів на результативний показник. При цьому кількість підстановок повинна дорівнювати кількості факторів впливу на результативний показник. Важливим є дотримання поступової черговості зміни факторів. Порушення порядку зміни призведе до іншого факторного розкладання.
2	Абсолютних різниць	Величину впливу факторів розраховують множенням абсолютного приросту аналізованого фактору на базову величину факторів, які розташовані праворуч від нього в моделі, і на фактичну величину факторів, що розташовані ліворуч від нього.
3	Відносних різниць	Модифікація методу ланцюгових підстановок. Використовують відносні відхилення фактичних показників звітного періоду від базового періоду чи планових показників. Метод доцільно використовувати, коли обчислені відносні відхилення окремих факторів. Зміну факторних показників розраховують у відсотках відносно бази порівняння.
4	Індексний	Ґрунтується на відносних показниках динаміки порівнянь, виконання плану, що відображають співвідношення факторного рівня показника у звітному періоді до його рівня в базисному періоді
5	Інтегрування	Використання методу дасть змогу отримати точніші результати розрахунку впливу факторів порівняно з іншими методами, оскільки додатковий приріст результативного показника від взаємодії факторів приєднується не до останнього фактору, а ділиться порівну між ними.
6	Логарифмування	Результат не залежить від послідовності обчислень і забезпечує їх високу точність. За допомогою логарифмування результат сумісної дії факторів розподіляють пропорційно до частки ізольованого впливу кожного фактору на рівень результативного показника.

Наведені методи відрізняються способами розрахунку, але результати в числовому вираженні розрахунків за ними є однаковими, оскільки ґрунтуються на єдиному принципі. Вибираючи метод аналізу потрібно враховувати завдання та мету, якої потрібно досягти фінансовому аналітику. Із застосуванням факторного аналізу прибутку підприємства з'являється можливість отримання достовірних даних про вплив окремих факторів на аналізовану величину,



невикористаних резервів [3]. Постійне забезпечення зростання прибутку полягає у визначенні впливу факторів його формування та пошуку невикористаних резервів.

Резерв – це кількісна величина, що виявляється на стадіях планування, стадії виробництва продукції та її реалізації. Резерви збільшення рівня прибутку є можливими за рахунок:

- зростання обсягу виробництва продукції (виконання робіт, послуг);
- зниження витрат на виробництво та реалізацію продукції;
- економії і раціонального використання грошових коштів;
- модернізації обладнання та устаткування;
- запровадження досягнень науково-технічного прогресу [4].

Загалом резерви збільшення прибутку варто виявляти на стадії планування та безпосереднього виробництва продукції та її реалізації. Процес виявлення резервів проходить у три етапи (рис. 1).

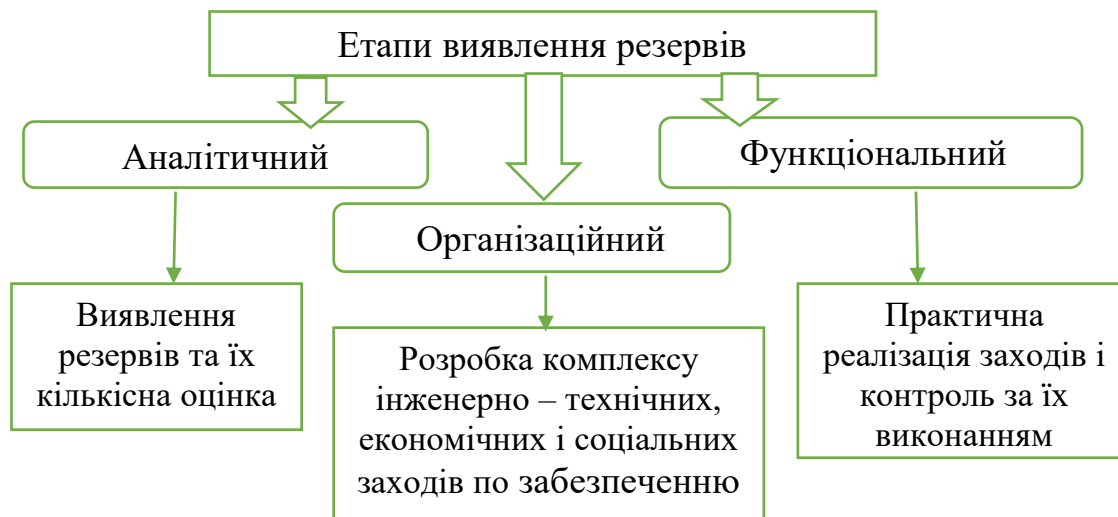


Рис. 1. Етапи процесу виявлення резервів прибутку

По завершенню аналізу пошуку резервів збільшення прибутку результати узагальнюються. Протягом звітного періоду під час пошуку резервів прибутку можуть раптово виявлятися резерви короткострокової дії. Тому використання цих резервів можливе з допомогою розробки системи оперативних заходів.

Таким чином, формування достовірної інформаційної бази є необхідною умовою проведення поглибленого аналізу прибутку підприємства з метою визначення фінансового стану підприємства, зокрема, дослідження змін, що відбулися за звітний період, ефективності використання отриманого прибутку. Факторний аналіз прибутку надає керівництву підприємства можливість коригувати обсяги виробництва в залежності від величини впливу тих чи інших факторів [5]. Такий аналіз дає можливість реально оцінити стан справ на підприємстві, досліджувати структуру собівартості усієї випущеної та реалізованої продукції. Використання результатів аналізу прибутку



підприємства дозволить вирішити такі завдання управління прибутком, як вивчення ефективності використання прибутку підприємства, оцінку умов кредитування і визначення ступеню ризику, своєчасного погашення зобов'язань підприємства перед бюджетом, банками та іншими контрагентами.

Список використаних джерел:

1. Осадча Т. С. Факторний аналіз рентабельності рентного доходу. *Економічний аналіз*. 2015. Том 22. № 2. С. 108–113. URL: <https://www.econa.org.ua/index.php/econa/article/view/1047>
2. Іщенко Н. А. Факторний аналіз формування прибутку підприємства. *Наукові праці КНТУ. Сер. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/33.pdf. (дата звернення: 10.01.2022).
3. Мошенський С. Економічний аналіз : підручник. за ред. Ф. Ф. Бутинця. 2-ге вид., доп. і перероб. Житомир: Рута, 2017. 704 с. URL: catalog.puet.edu.ua/opacunicode/index.php?url=/notices/index/IdNotice:129621/Source:default
4. Єпіфанова І. Ю., Гуменюк В. С. Фактори зростання прибутку підприємства. *Молодий вчений*. 2016. № 7(34). С. 46–49. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=INK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=molv_2016_7_14
5. Патарідзе-Вишинська М. В. Прибуток підприємств: види, роль та функції. *Економіка. Управління. Інновації*. 2018. № 1. С. 48–55.





Матушкіна М.В., асистент кафедри менеджменту

Науковий керівник – **Драчук Ю.З.**, д.е.н,

професор кафедри менеджменту

Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

МОТИВИ СОЦІАЛЬНОЇ ЗВІТНОСТІ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ

За даними літературного обстеження [1], якщо підприємства володіють достатньою кількістю грошових та інших ресурсів, то вони можуть сприяти вирішенню проблем, які не в змозі вирішувати органи державної влади. Йде мова в соціальному підході до вимог суспільства, які воно висуває до діяльності підприємств. А вимоги можуть змінюватися в залежності від екологічної, політичної та економічної ситуації. В етичному підході передбачається встановлення гідних умов для праці і розвитку колективу підприємства, раціональне використання природних ресурсів, відповідальність підприємства як перед сучасними, так і майбутніми поколіннями, де підхід КСВ базується на міцному зв'язку між правовими та етичними нормами. Виділяється також соціальна концепція Джона Еклінгтона, що передбачає оцінювання діяльності підприємства за трьома важливими напрямками: соціальною сферою, економічною та екологічною [2]. При виборі Компанією самостійного підходу ефективнішою є концепція, яка об'єднує три напрямки.

Нині фінансова звітність підприємств все менше задовольняється потребами клієнтів в інформації діяльності підприємства, бо вона не розкриває більш ширші аспекти їх роботи, а також не може надавати інформацію, яка не входить в межі фінансових звітів. Тобто фінансова звітність не є вичерпною, оскільки не висвітлюються сторони корпоративної соціальної відповідальності. Виходячи з цього, соціальна нефінансова звітність з кожним роком стає майже однією з головних джерел інформації про організацію.

Нефінансова звітність стала одним з найдієвіших інструментів, які приймають участь в розвитку та управлінні соціальної відповідальності на підприємстві. Ця звітність з 70 років минулого століття використовується в розвинених країнах, коли в Україні цей вид звітності тільки останні десять років активно використовується і впроваджується в ще більшу кількість підприємств та компаній.

В даний час ряд підприємств в Україні бажають приблизити свою роботу до європейських стандартів і перед підприємствами постала проблема розвитку програми соціальної відповідальності, а також формування як бухгалтерських та інших звітів, так й нефінансової звітності.

Також великої значущості набуває корпоративна соціальна відповідальність на фоні економічної нестабільності. І взагалі, під час економічних проблем КСВ являє собою один з елементів антикризової політики в державі. Але як і в кожному методі управління, так і в КСВ є свої позитиви для компанії. З цих позитив слід відзначити, що соціальна звітність підвищує прозорість роботи компанії. А це дозволяє оперативно оцінювати всі ризики



даного бізнесу, що дає змогу кредиторам, акціонерами та інвесторам надати вірну оцінку діяльності компанії. Також нефінансова звітність допоможе в стратегічній розробці плану діяльності підприємства - при детальній підготовці звіту компанія зможе проаналізувати нинішню стратегію, дати влучну оцінку нефінансових ризиків організації.

З ризиків нефінансової звітності треба виділити ресурсозатратність. Для того, щоб повноцінно підготувати нефінансовий звіт, потрібно багато ресурсів, а саме кваліфікованих людей та умови для впровадження нового для компанії процесу.

Для уникнення фальсифікації даних нефінансової звітності використовується верифікація. Верифікація - це оцінка принципів та стандартів, якості систем та звітів, компетенцій і процесів, які надають загальну інформацію і підтримують звітність виконавчої роботи компанії.

КСВ властиві свої підходи та взагалі стандарти верифікації, а саме :

- верифікації стандарту Q-RES, яка заснована за принципом менеджменту якості - ISO;
- верифікації стандарту VMS ;
- стандарт верифікації AA 1000;
- верифікації стандарту SIGMA, розроблена на основі стандарту верифікації AA 1000.

Стимулом для реалізації та розвитку політики КСВ в Україні є моральні міркування, а головними перешкодами для повного впровадження політики КСВ є брак коштів, нестабільна політична ситуація в країні, недосконалість нормативно-правової бази та податковий тиск.

На думку багатьох представників українського бізнесу, політика КСВ має бути спрямована на три ключові аспекти: розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримка споживачів.

У 2018 році Київський інститут соціології проводив опитування на тему "Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу". Після даного опитування стало зрозумілим, що найсильнішим мотивом, який закликає компанії впроваджувати КСВ - є моральні міркування. Це пов'язано з бажанням компаній надати свою допомогу у розв'язанні проблем, які з'явилися через анексію Криму і конфлікту на Сході країни.

Багато компаній з політикою КСВ приділяють більше уваги політиці розвитку й покращенню умов персоналу - 76%, але для інших компаній важливим є надання благодійної допомоги - 51%. А в останній час одними з найпопулярніших напрямів КСВ в нашій країні стала допомога збройним силам України, переселенцям під час збройного конфлікту, мешканцям та воїнам АТО. В Україні з кожним роком все більше і більше компаній впроваджують політику КСВ. В 2019 році проходив Конкурс з бізнес-кейсів з КСВ. Цей конкурс був присвячений впровадженню Цілей Сталого Розвитку (ЦСР - глобальні орієнтири розвитку людства до 2030 року) компаніями України.

Ціль подолання бідності для себе обрали Альфа-банк та група компаній



"Ліга" і МБФ "Let's help". Альфа-банк узяв за мету підвищення життєстійкості малозабезпечених осіб. З цією метою у 2016 році працівниками Відділу корпоративних комунікацій був створений проект "Банк добра", який у 2017 році розширив масштаб та наразі має 3 напрямки: марафони з фінансової грамотності; повний портфель; мрія в подарунок.

Ціль охорони здоров'я, а саме забезпечення здорового способу життя, обрали для себе наступні компанії:

1.) Лінія магазинів EVA - "Orange Days EVA" - збирання коштів та купування медичного обладнання (на разі закуплено такого обладнання у 11 різних медичних закладах України на суму понад 1.2 млн. грн);

2.) ПрАТ " Київстар" - проект "Дитяча надія" - за останній рік назбирано 1 400 000 грн на допомогу дітям з онкологічними та кардіозахворюваннями;

3.) NESTLE - з 2016 року активно підтримують заходи, пов'язані із розвитком каністерапії в Україні, тобто лікування за допомогою собак. Метод використовується з 60-х років минулого століття. У багатьох країнах цей метод реабілітації є популярним, але для України він новий.

Проблемами якісної освіти зацікавлені займатися такі компанії як:

1.) ІП "Кока-кола Беверіджиз Україна Лімітед" та ГС "Освіторія" - з 2015 року реалізують Програму розвитку молоді та підтримують дітей зі шкіл-інтернатів;

2.) ТОВ "ЕРАМ системз" - соціальний проект "eKIDS" який навчає школярів основам програмування;

3.) Нова пошта – проект "Круто" співпрацює з вузами та надає практичні знання та досвід роботи у компанії;

4.) ПУМБ - проект "Моя кар'єра в Україні".

Компанією "Ашан" обрано своєю ціллю забезпечення переходу до раціональних моделей споживання та виробництва й його проекти "Дні без поліетилену", Відмовся від пакету - врятуй природу". А компанія "Фокстрот" зробила програму "Зелений офіс" - переробляння макулатури та кришок, висаджування зелених садженців та побудова роздільного сортування пластику.

Бізнес в Україні реалізує значну кількість ініціатив і проектів з корпоративної соціальної відповідальності. Серед найпоширеніших напрямів в реалізації КСВ - політика розвитку і поліпшення умов персоналу (76%), допомога збройним силам України, переселенцям, воїнам АТО та мешканцям зони АТО (30%).

Головними стимулами впровадження КСВ, на думку компаній, стає зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади - все це свідчить, що дуже високий рівень українських компаній залежать від держави. Також, компанії роблять посильний внесок у реалізацію Цілей Сталого Розвитку. Пріоритетними для українського бізнесу стають такі цілі, як: «Допомога Збройним силам України», "Якісна освіта", "Гідна праця та економічне зростання", "Міцне здоров'я та благополуччя".



Список використаних джерел:

1. Стеценко В., Березова Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств в умовах пандемії. *Галицький економічний вісник*. № 2 (63). 2020. С.243-250. URL: https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2020.02/
2. Елкінгтон Дж. Канібали з виделками: потрібна нижня лінія бізнесу ХХІ століття. Capstone Publishing, 2000. 162 с.





Матюха М.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри цифровізації та бізнес-консалтингу,
Київський національний університет технологій та дизайну

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПОДАТКОВОГО ПЛАТЕЖУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Емпіричне вивчення практики ведення управлінського обліку свідчить про наявність прямого зв'язку управлінського обліку із податковим. Проведені дослідження прямого зв'язку, зворотного зв'язку та місця інформації, що містить облік-податковий аспект, у межах управлінського обліку дозволили уточнити та розширити суб'єкт управління у системі управління економічним суб'єктом. Так, зокрема, інформація про розмір податків, розрахована для цілей бухгалтерському обліку, яка надходить до управлінського обліку через прямий зв'язок, та аналогічна інформація, що надходить із податкового обліку, вплинуть на прийняття управлінського рішення про величину податкового платежу, відомості про який буде використано. Зворотній зв'язок у системі управлінського обліку з питань прогнозування податкових ризиків та податкових втрат, податкового планування, оптимізації оподаткування, прогнозування грошових потоків реалізується через такі функції управління, як податкове планування, податковий контроль, податкове прогнозування, бюджетування та податкове оперативне регулювання [4].

Проте в даний час формування податкової інформації пов'язують із податковим плануванням, що є елементом податкового платежу. При цьому розкриття економічної сутності поняття «податковий платіж» є досить неоднозначним. Спираючись на наведені вище погляди, вважаємо, що процес організації управління податковими потоками реалізується через такі функції управління:

- податкове планування;
- податкове прогнозування, бюджетування;
- податкове оперативне регулювання;
- податковий контроль, облік.

При цьому, як свідчать дослідження, В даний час формування інформації в процесі податкового планування, що є елементом податкового менеджменту, знаходиться в тісному зворотному взаємозв'язку з управлінським обліком.

В умовах структурних перетворень, що проводяться в даний час на вітчизняних підприємствах, невід'ємною складовою управління фінансово-господарською діяльністю має бути податкове планування. З оподаткуванням пов'язані всі сфери поточної, фінансової та інвестиційної діяльності структурних підрозділів підприємства протягом усього їх існування [2, 3].

Як показує практика досліджень, податкове планування істотно впливає на розмір витрат балансової одиниці, формування кінцевого фінансового результату її діяльності [1. С. 5].

Істотністю розміру податкових зобов'язань у загальній сумі видатків, необхідністю сплати податкові платежі у встановлені законодавством терміни



пояснюється найважливіша роль податкового планування при складанні бюджетів видатків та доходів, формуванні бюджетів як окремо взятого структурного підрозділу, так і суб'єкта господарювання в цілому [5. С. 150].

Відповідно, в умовах обмеженості ресурсів особливо актуальним є напрям дослідження, пов'язаний з аналізом взаємозв'язку розвитку управлінського обліку з податковими результатами на засадах варіантності та оцінкою ступеня їх впливу на витрати та фінансові результати діяльності організації, з виявленням чинників, які впливають на розмір податкових зобов'язань підприємства.

Слід зазначити, що основною структурою, яка управляє податковими потоками на вітчизняних підприємствах, визначено облікові служби, які формують інформаційне забезпечення управління підприємством. Вивчення облікової практики управління податковим платежем підприємства показало, що в організаційну структуру бухгалтерії необхідно запровадити податковий відділ, у якому формування податковим платежем займається бухгалтер. Раціональним, на наш погляд, є покладання обов'язків з управління податковими потоками на податкових бухгалтерів. Зокрема, обов'язками податкових бухгалтерів є:

- проведення порівняльного аналізу щодо вибору режиму оподаткування з метою оптимізації податкових платежів;
- моніторинг змін податкового законодавства;
- розробка єдиної податкової політики всього підприємства із формуванням бюджету податків;
- проведення податкового прогнозування з подальшою розробкою планів та бюджетів;
- визначення правил податкового регулювання загалом на рівні підприємства;
- проведення внутрішнього податкового контролю та здійснення аналізу оподаткування;
- постановка податкової системи, яка визначає питання своєчасної постановки на облік у державні податкові служби, розробки податкового календаря для забезпечення своєчасності потоків податкових платежів, взаємодії з органами влади, які надають податкові преференції;
- інші питання.

Таким чином, проведені дослідження дозволили довести розширення предметної області управлінського обліку за рахунок включення інформації, що формується в рамках податкового обліку, з метою прийняття управлінських рішень щодо оптимізації податкового навантаження.

Список використаних джерел:

1. Григоревська О. О., Скрипник М. І. Розвиток підходів до формування інформаційного забезпечення стратегічного управління підприємством в умовах циркулярної економіки. *Інтернаука. Серія : Економічні науки*. 2020. № 12 (44), Т. 2. С 86-93.



2. Жлуктенко А. Р., Савчук О. А., Лободзинська Т. П. Дослідження методів прийняття управлінських рішень та ризиків, що їх супроводжують. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2021. № 6 (76). С. 37 – 40

3. Мазіна О.І. Значення глобальних принципів управлінського обліку у розвитку теорії, практики і професійних компетенцій. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2018. № 2. С. 83 - 90.

4. Радіонова Н. Й. Систематизація витратоутворюючих чинників через призму реалізації цілей підприємства на тактичному та стратегічному рівнях. *Імперативи економічного зростання в контексті реалізації глобальних цілей сталого розвитку* : тези доповідей Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, присвяченої 90-річчю Київського національного університету технологій та дизайну, м. Київ, 9 квітня 2020 року. Київ : КНУТД, 2020. С. 102-104.

5. Скрипник М. І., Бунда О. М. Організаційні аспекти обліку і аналізу договірного процесу освітньої установи при трансформації інформаційного середовища. *Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Серія Економічні науки*. 2018. Спецвипуск : *Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України* : матеріали VIII Міжнародної науково-практичної конференції (5 жовтня 2018 р., м. Київ). С. 146-158.





Махно С.В. здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування

Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри

бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Полтавський державний аграрний університет

УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ ОБЛІКУ ВИТРАТ ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Суттєвою складовою облікової політики є управлінський облік. Відповідно до міжнародних нормативних актів управлінський облік визначається як процес виявляти, вимірювати, накопичувати, аналізувати, готувати, інтерпретувати та передавати фінансову інформацію, яку використовує керівництво для планування, оцінки, контролю та підтримки в організації відповідних засобів підзвітного контролю [3, с. 16].

Рентабельність промислових підприємств свідчить про ефективність його виробничо-збутової діяльності, що досягається за рахунок мінімізації витрат (сировина, електроенергія, заробітна плата, витрати на фінансування) і максимізація доходу від виробничих результатів – виробництва продукції та надання послуг. Суть проблеми підвищення економічної вигоди виробництва полягає в збільшенні економічних результатів на кожен одиницю витрат у процесі використання доступних ресурсів [4].

Варто зазначити, що дані бухгалтерського обліку, за чинним законодавством мають задовольняти потреби зовнішніх і внутрішніх користувачів. Тому, розширення меж дії облікової політики не лише на показники фінансової звітності, а на систему бухгалтерського обліку в цілому, зумовлює потребу виокремлення елементів облікової політики щодо управлінського обліку як бази, призначеної для задоволення інформаційних потреб внутрішніх користувачів інформації у процесі управління підприємством.

Облікова політика повинна мати управлінську спрямованість, що забезпечить позитивний вплив на економічні процеси суб'єкта господарювання. Інтереси внутрішніх користувачів бухгалтерської інформації є пріоритетними для розвитку господарської діяльності підприємства, тому їх необхідно враховувати при розробленні облікової політики підприємства [5].

Щодо формування організації та методів підходу до управлінського обліку, то у чинному законодавстві не передбачено його обов'язкового документування. Проте розвиток систем управлінського обліку передбачає вибір і узагальнення організаційних структур, технічного забезпечення, прийомів, певних методологічних підходів, які також мають бути відповідно документально оформлені. Якщо інформація фінансового обліку більш спрямована на зовнішніх користувачів, метою якого є відображення точної інформації про стан та результати діяльності у фінансовій звітності, то метою управлінського обліку є надати керівництву підприємства або керівникам структурних підрозділів необхідну інформацію для можливості прийняття оперативних управлінських рішень. Тобто, інформація управлінського обліку



використовується виключно внутрішніми користувачами.

Найкраще контролювати витрати там, де є споживання ресурсів, тобто де є виробничий процес або його обслуговування. У зв'язку з цим з'явилися такі об'єкти формування і обліку витрат, як місця виникнення витрат, центри витрат і центри відповідальності. Такий розподіл є фундаментом для створення на підприємстві системи управлінського обліку.

Для забезпечення ефективного управління діяльністю підприємства, а також контролю за використанням всіх видів ресурсів на підприємствах керівництву та спеціалістам відповідних служб необхідно самостійно розробити основні підходи до організації і ведення управлінського обліку. Дані підходи мають бути відображені в окремому документі – Положенні про управлінський облік (внутрішньогосподарський) на підприємстві (далі – Положення). Оскільки інформація управлінського обліку становить в більшості комерційну таємницю, то і даний документ має бути призначений лише для внутрішнього використання, причому для обмеженого кола осіб, які безпосередньо пов'язані з формуванням та отриманням інформації, що забезпечується системою управлінського обліку.

Положення розробляється самостійно (головним бухгалтером чи комісією, до складу якої входять відповідні спеціалісти), або із залученням аудиторських чи консалтингових фірм. Керівник підприємства затверджує дане Положення, і воно є обов'язковим до виконання вказаними у ньому службами та відповідальними особами. У Положенні вказується перелік посадових осіб, які мають право з ним ознайомлюватися, оскільки підходи викладені в ньому є комерційною таємницею.

Розглянуті два аспекти облікової політики (щодо фінансового та управлінського обліку) потрібно формувати максимально зближено. Інакше підприємствам не уникнути значних витрат часу у роботі бухгалтерського апарату на підготовку відповідної інформації.

Список використаних джерел:

1. НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності»: Наказ Міністерства фінансів України від 07 лютого 2013р. № 73. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0336-13#Text> (дата звернення 15.03.2022).
2. Податковий кодекс України №2755-VI від 02 лютого 2010 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення 15.03.2022).
3. Кузьмин О. Є., Мельник О. Г. Бюджетування на підприємстві: навч. посіб. К.: Кондор, 2008. 312 с.
4. Сакун А. Ж., Пантюк І. П. Системний підхід до організації та управління виробничо-збутовою діяльністю підприємств промисловості. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу*. 2017. № 2 (38). С. 55–59.
5. Добикіна Е. К., Ровенська В. В., Рижиков В. С. Управлінський облік в оперативній діяльності підприємства: навч. посіб. К.: Вид. дім «Слово», 2005. 272 с.



Мошковська О. А., д.е.н., професор,
професор кафедри обліку та оподаткування
Київський національний торговельно-економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ З МЕТОЮ МОНІТОРИНГУ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Нині, у наукових статтях, у засобах масової інформації, з трибун різних економічних форумів, наполегливо звучать слова щодо необхідності підвищення економічної безпеки організацій усіх сегментів української економіки.

Доцільність та своєчасність вищезазначених закликів визначається самим змістом економічної безпеки, яка визначається як умова існування підприємства в ринковому середовищі за допустимого рівня ризику в умовах найбільш ефективного використання ресурсів суб'єкта господарювання для запобігання загрозам і створення умов для його стабільного функціонування. Отже, дійсно, проблеми розвитку економіки України, та збільшення ступеня відкритості національної економіки, потребують удосконалення методології ідентифікації рівня економічної безпеки з метою адекватного реагування на дестабілізуючі фактори [1, с. 23].

Необхідність забезпечення економічної безпеки українських підприємств набуває все більшої актуальності у зв'язку з тим, що кількість загроз постійно зростає, при цьому дані загрози починають носити характер глобальних (наприклад, ситуація з COVID-19) і ризику, що виникають, вимагають абсолютно нових підходів до оцінки, а також до системи ризик-менеджменту сучасного підприємства.

У вирішенні цього завдання своє місце зайняв управлінський облік, який має інструментарій, що дозволяє вирішувати питання інформаційного забезпечення процесу управління підприємством. Серед таких інструментів, що довели свою ефективність, виділяється управлінський моніторинг, метою якого є постійна (із визначеною періодичністю) оцінка управлінських систем комерційних організацій, що і складає предмет моніторингу як інструменту управлінського обліку.

Аналізуючи систему управління організацією, звісно, неможливо оминати проблеми економічної безпеки, у зв'язку з чим в наш час питання управлінського моніторингу в системі управління економічною безпекою організації є одними з найактуальніших, оскільки від їх вирішення безпосередньо залежить забезпечення умов економічного зростання.

Як зазначає О. І. Vivchar, метою такого моніторингу є висловлення думки про відповідність реального стану безпеки фірми в динамічному вимірі зовнішніх та внутрішніх загроз.

Завдання моніторингу економічної безпеки в системі обліково-аналітичного забезпечення пов'язані з оцінкою бізнесу в цілому та здатності менеджменту забезпечити управління у довгостроковій перспективі. Для подібних оцінок та висновків може бути використана бухгалтерська фінансова



звітність, а також нефінансова інформація, яка продукується управлінським обліком [4].

Предметом моніторингу економічної безпеки є фінансова та нефінансова інформація, що формується на підприємстві. Оскільки загально визначених критеріїв оцінки безпеки відсутні, особі, що відповідає за моніторинг, потрібні затверджені критерії оцінки, які нададуть можливість дослідити в динаміці стан економічної безпеки підприємства.

Слід сказати, що нині, при оцінці економічної безпеки підприємства, завжди використовується один із двох підходів: багатокритеріальний або однокритеріальний [3].

Багатокритеріальний підхід є найбільш простим і часто використовується у випадках, коли потрібно регулярно проводити розрахунок допустимого рівня економічної безпеки підприємства за великою кількістю організацій (наприклад, для кредитування банками малих підприємств).

Суть даного підходу полягає у виділенні переліку критеріїв та присвоєння їм нижніх допустимих порогових значень, при дотриманні яких підприємство вважається економічно стійким. Як правило, дані критерії є максимально загальними для всіх організацій, незалежно від галузі, локації та інших умов: так, наприклад, будь яке підприємство проводить аналіз ризиків власної діяльності, ґрунтуючись на універсальних для всіх показниках – співвідношенні власних та кредитних засобів, виручці, прибутку тощо. Очевидним плюсом багатокритеріального підходу є швидкість такої оцінки: відносна уніфікація показників дозволяє у мінімальні строки провести моніторингову процедуру та сигналізувати про проблеми у разі перетину показниками порогових значень.

Мінусом цього підходу є те, що він не враховує специфіку підприємства і не дозволяє приймати на себе додаткові ризики.

Однокритеріальний підхід до оцінки економічної безпеки підприємства є більш детальним аналізом умов, у яких функціонує підприємство. Суть даного підходу полягає у виділенні критеріїв, характерних для конкретної галузі або країни, присвоєння їм питомої ваги та подальше зведення всіх показників у єдиний індекс. Наприклад, однією з найпоширеніших моделей однокритеріального підходу є індекс Z-критерію Е. Альтмана, що відображає рівень ризику, пов'язаного з ймовірністю банкрутства підприємства.

Як вважають вітчизняні дослідники, в наш час однокритеріальний підхід є більш точним інструментом для оцінки економічної безпеки підприємства, ніж багатокритеріальний, оскільки дозволяє чітко та однозначно визначити наявність ризику, суттєво оцінити рівень економічної безпеки підприємства. Наприклад, той же Z-критерій дійсно дозволяє отримати уявлення про ризик банкрутства та оцінити величину цього ризику.

У той самий час, здається, з метою управлінського обліку, сенс якого полягає у наданні керівництву підприємства всебічної інформації, у разі про стан економічної безпеки підприємства, багатокритеріальний підхід є перспективнішим. Фахівці в галузі економічної безпеки Hrynyuk N., Dokiienko



L., Nakonechna O. & Kreidych I., виходять з того, що саме комплексний багатокритеріальний підхід дозволяє повною мірою оцінити стан економічної безпеки, рекомендуючи при цьому низку показників, розрахунок яких є саме тим «критеріальним мінімумом наповнення методики аналізу стану економічної безпеки» [2].

У цьому зв'язку слід наголосити, що з базових показників економічної безпеки підприємства є його здатність залучити максимальну кількість позикового капіталу в мінімальні строки.

Для розрахунку цього показника використовується формула:

$$F = \frac{R}{K}$$

де R – власні кошти, (тис. грн)

K – довгострокові позикові активи, (тис. грн)

Відповідно до загальноприйнятої практики значення $F > 0,5$ інакше підприємство буде вважатися таким, яке не в змозі вирішити в короткий строк питання із залученням позикових коштів.

Другим важливим фінансовим показником є коефіцієнт платоспроможності, який визначається наступним чином:

P1 (кредиторська заборгованість) < A1 (найбільш ліквідні активи)

P2 (короткострокові кредити) < A2 (швидкі активи)

P3 (довгострокові кредити) < A3 (активи, що повільно реалізуються)

P4 (постійні пасиви) < A4 (активи, що складно реалізуються)

Дотримання останньої нерівності показує нижню межу платоспроможності, в інших випадках підприємство вважається неплатоспроможним.

Важливим «індикатором економічної безпеки» є ліквідність організації. Для визначення коефіцієнта ліквідності рекомендується використати формулу:

$$F_g = M + \frac{I}{D}$$

де M – обсяг коштів підприємства, (тис. грн.)

I – короткострокові вкладення, (тис. грн.)

D – короткострокова заборгованість, (тис. грн.)

Допустимим значенням для цього показника прийнято вважати діапазон 0,2 – 0,3, що демонструватиме достатню ліквідність підприємства.

Також у процесі моніторингу економічної безпеки організації доцільно використовувати не лише показники, що визначають структуру активів і пасивів, а й показники, що демонструють рівень ділової активності підприємства. В якості таких показників найчастіше виступають коефіцієнт оборотності капіталу (F_{tk}) і коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості (R_{td}).

Коефіцієнт оборотності капіталу розраховується за такою формулою:

$$F_{tk} = \frac{G_r}{C_p}$$



де G_r - Виручка від реалізації всіх товарів за звітний період, (тис. грн.)

C_p – вартість майна підприємства, (тис. грн.)

У сучасній практиці прийнято вважати, що показник F_{tk} повинен мати значення понад 3, тобто, капітал підприємства має повністю обертатися у строк близько 120 днів.

Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості розраховується у два етапи. Спочатку розраховується середній термін обігу дебіторської заборгованості:

$$F_{td} = \frac{G_{gp}}{D_t}$$

де G_{gp} – виручка від реалізації всіх товарів за звітний період, (тис. грн.)

D_d – середня дебіторська заборгованість (тис. грн.).

А потім безпосередньо сам коефіцієнт:

$$R_{td} = \frac{365}{F_{td}}$$

де F_{td} – середній термін обороту дебіторської заборгованості, (дні).

Для даного показника допустимим значенням, що демонструє здоровий фінансовий стан підприємства, є значення близько 4,9 одиниць (приблизно 74 дні)

Дані показники з їх граничними значеннями, наведеними вище, дозволяють наочно продемонструвати перевагу багатокритеріального підходу, що використовується для найточнішої оцінки економічної безпеки підприємства в процесі проведення моніторингу. При цьому в даному випадку керівництво отримає досить повний звіт про стан економічної безпеки підприємства, зможе виявити «вузькі» місця в даному аспекті управління та прийняти відповідні рішення, спрямовані на виправлення виявлених проблем [1].

Т. ч., у сучасних умовах, коли українські підприємства функціонують у нестабільному середовищі, і економічна криза стає постійним фактором, що впливає на їхню діяльність, а конкурентне середовище стає дедалі агресивнішим, питання економічної безпеки виходять на перший план для всіх підприємств. У вирішенні вищезазначених питань важливим елементом є використання інструментів моніторингу економічної безпеки підприємства, що дозволяє на багатокритеріальній основі визначати рівень безпеки, виявляти проблеми, які формують основні загрози економічному суб'єкту.

Список використаних джерел:

1. Харазішвілі Ю.М. Системна безпека сталого розвитку: інструментарій оцінки, резерви та стратегічні сценарії реалізації : монографія. К.: 2019. 304 с.
2. Hrynyuk N., Dokiienko L., Nakonechna O. & Kreidych I. (2021). Financial stability as a financial security indicator of an enterprise . *Financial and Credit Activity: Problems of Theory and Practice*, 4(39), pp. 228–240.
3. Vasylishyn, S., Ulyanchenko, O., Bochulia, T., Herasymenko, Y., & Gorokh, O. (2021). Improvement of analytical support of economic security



management of the agricultural enterprises. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*, 7(3), pp. 123-141.

4. Vivchar Oksana I. (2016). Management system interpreting financial and economic security business in economic processes. *IEJME-Mathematics education*. Vol. 11. №. 4. Pp 947-959.





Павловська Т.С., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ БІЗНЕСУ

У системі сучасного бухгалтерського обліку діяльності підприємств українського бізнесу різні види та елементи логістичних витрат відображаються за різними формами фінансової звітності, як складові загальних витрат виробництва, адміністрування, збуту тощо. Вони не виносяться в окремі статті бухгалтерського обліку, як наслідок – труднощі з їх ідентифікації, навіть, у системі управлінського обліку.

Дефініції логістичних витрат науковців різних періодів характеризують їх як зменшення обсягу наявних активів чи зростання зобов'язань, що пов'язані із організацією руху матеріальних, інформаційних та фінансових ресурсів в економічних системах різних рівнів [2, с. 51].

Основною характеристикою логістичних витрат у системі бухгалтерського обліку є зарахування їх часток до витрат різних процесів діяльності: поставок сировини, виробництва продукції, збуту, надання послуг тощо. І, відповідно, складність зворотного процесу (ідентифікації та виокремлення) для комплексного управління логістичною системою. Водночас логістичні витрати можуть мати значні хронологічні розбіжності із безпосередньо виробничими процесами, елементами яких вони є.

Логістичні витрати в залежності від: сфери діяльності бізнесу, географічного масштабу діяльності, обсягів продажу, а, відповідно, мають суттєвий вплив на формування фінансового результату і потребують чітко врегульованої системи їх управлінського обліку та контролю [1, с. 27].

Серед традиційних для українського управлінського обліку методів витрат передбачене виокремлення логістичних витрат можливе тільки у нормативному методі. Коли при складанні кошторису витрат можуть бути визначені нормативи витрат на логістичні операції.

Серед сучасніших, більш притаманних управлінському обліку зарубіжних країн, методів обліку витрат можлива більша варіативність управління обліком логістичних витрат:

- метод «абзорпшен-костинг» передбачає поглинання часток логістичних витрат до відповідних видів прямих (транспортно-заготівельні витрати на поставку сировини для виробництва даного виду продукції) і непрямих витрат (заробітна платня працівників складу), з подальшим їх включенням до собівартості продукції;

- метод «директ-костинг» характеризує логістичні витрати, що обліковуються у складі змінних витрат (витрати на вантажно-розвантажувальні роботи) зараховуються до собівартості продукції, на відміну від тих, які вважаються постійними витратами (витрати на підтримку контактів зі



споживачами), що зменшують фінансові результати поточного періоду;

- метод «стандарт-костинг» здійснює попереднє планування логістичних витрат із подальшим відображенням відхилень від нормативів, враховуючи високу залежність логістичних процесів від зовнішніх факторів;

- метод ABC визначає, що логістичні витрати входять до груп витрат В та С, і хоча їх значимість для підприємства не є дуже високою, проте дає простір для оптимізації процесів виробництва;

- методи «таргет-костинг» та «кайзен-костинг» передбачають організацію на підприємстві досконалої системи управлінського обліку й логістичного управління, оскільки для методу «таргет-костинг» логістичні витрати прораховуються та закладаються у встановлену собівартість (різницю між визначеною ціною та очікуваним прибутком) ще на етапі розроблення виробу, а метод «кайзен-костинг» потребує постійної оптимізації логістичних операцій задля удосконалення загальної системи діяльності.

Можливим є доцільність ведення обліку витрат, без виокремлення логістичних витрат із інших стадій процесу виробництва. Проте навіть в такому випадку, необхідне періодичне дослідження логістичної системи бізнесу з метою оцінки варіантів оптимізації, а також поточний контроль за рентабельністю структурних складових логістичних витрат, зокрема, оцінки відповідності витрат на оплату підряднику за якість наданих послуг з доставки. Для застосування синтетичного обліку вченими пропонуються численні варіанти розширення плану рахунків бухгалтерського обліку для зосередження на них розрахунків за логістичними операціями. Так, з-поміж варіантів є виокремлення окремого витратного рахунку як у 2, так і в 9 класі, додавання відповідних субрахунків логістичних витрат у складі існуючих рахунків накопичення витрат тощо.

Отже, активний розвиток управлінського обліку в Україні потребує конкретизації системи обліку розрахунків за логістичними операціями – логістичних витрат. Відсутність встановлених вимог фінансового обліку з даного питання дають можливість спеціалістам відповідальним за дані процеси застосувати в діяльності креативні підходи управлінського обліку з метою організацій найбільш ефективної та рентабельної системи обліку логістичних витрат.

Список використаних джерел

1. Дерій В., Лукановська І. Облік витрат у системі управління логістичною діяльністю підприємства. *Економічний аналіз*. 2020. Том 30. №1. Частина 2. С. 24-30. URL: <file:///C:/Users/7/Downloads/1761-6565657506-1-PB.pdf> (дата звернення 19.03.2022).

2. Завитій О., Дідоренко Т., Кондрюк Л. Логістичні витрати виробничих підприємств як об'єкти обліку та контролю. *Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації*. 2019. Вип. 1-2. С. 49-73 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/36329/1/%D0%97%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D1%82%D1%96%D0%B9.pdf> (дата звернення 19.03.2022).





Перч А.А., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ТА МЕТОДИКА РОЗРАХУНКУ ТОЧКИ БЕЗЗБИТКОВОСТІ

Вагоме значення в обґрунтуванні управлінських рішень у діяльності суб'єктів господарювання відіграє маржинальний аналіз, методика якого ґрунтується на вивченні співвідношення між трьома групами найважливіших економічних показників (витрати – обсяг виробництва (реалізації) продукції – прибуток) і на прогнозуванні критичної й оптимальної величини кожного з цих показників при заданому значенні інших [4]. Цей метод управлінських розрахунків називають ще аналізом беззбитковості.

Точка беззбитковості – кількість виробництва чи реалізації товарів, при якому витрати компенсуються доходами і продаж кожної наступної одиниці продукції є прибутком [1]. Іншими словами – це момент, коли підприємство працює в нуль, тобто сума його доходів покривають суму його витрат. До того моменту, доки підприємство не досягне точки беззбитковості, воно працюватиме в мінус, а при перетині даного значення отримуватиме прибуток.

Даний показник дає змогу зрозуміти, яку кількість продукції (робіт, послуг) потрібно реалізувати та яку суму виручки отримати, щоб досягти прибутковості. Також точка беззбитковості уможливорює визначити мінімальну суму виручки, обсяг реалізації, оптимальну ціну продукції (робіт, послуг).

Для розрахунку точки беззбитковості підприємства необхідно мати значення наступних показників: операційних витрат; вартість одиниці продукції (товарів, робіт, послуг).

Поділ операційних витрат залежно від зміни обсягу діяльності підприємства на змінні (пропорційні) і постійні (непропорційні) та використання граничних величин.

Змінні витрати – це витрати, зміна яких пропорційно залежить від зміни обсягів виробництва й реалізації продукції. Постійні витрати – це витрати, які підприємство нестиме у будь-якому випадку, незалежно від кількості виробленої та реалізованої продукції.

У практичній діяльності підприємств методику аналізу беззбитковості застосовують для оцінювання беззбитковості операційної діяльності та беззбитковості виробництва певного виду продукції. Водночас беззбитковість операційної діяльності підприємства оцінюють за допомогою показника порогу рентабельності, що є вартісним показником, який характеризує суму операційного доходу і забезпечує повне покриття операційних витрат.

Аналіз беззбитковості певного виду продукції передбачає обґрунтування беззбиткового обсягу реалізації продукції та зони безпеки підприємства. Точка



беззбитковості – це рівень обсягу продажу, за якого чистий дохід (виручка) від реалізації продукції збігається з витратами, а фінансовий результат відповідно дорівнює нулю, тобто немає ні прибутку, ні збитку.

Точку беззбитковості можна виразити у натуральних одиницях або грошовому вимірі та розрахувати двома способами: алгебраїчним і графічним.

Точка беззбитковості у натуральних одиницях розраховується за формулою:

$$Q_B = \frac{FC}{P-AVC}, \quad (1)$$

де Q_B – точка (рівень) беззбитковості;

FC – постійні витрати;

P – ціна реалізації одиниці продукції;

AVC – змінні витрати на одиницю реалізованої продукції.

Для визначення обсягу реалізації у вартісних одиницях необхідно помножити рівень беззбитковості у натуральному виразі на ціну реалізації [1, с. 14-15].

Інформація про беззбитковий рівень виробництва використовується не лише для оцінки прибутковості, але й дає можливість визначити граничну межу скорочення обсягів виробництва у складних ринкових ситуаціях без отримання збитків для підприємства [3].

Водночас на підставі використання методики аналізу беззбитковості можна розрахувати:

- мінімальну зміну обсягу реалізації певного виду продукції, за умови зниження ціни, з метою збільшення обсягів реалізації, що необхідна для збереження базового рівня прибутку покриття (маржинального доходу);
- величину обсягу реалізації продукції, що забезпечить підприємству отримати очікуваний розмір прибутку;
- ціну беззбитковості виробництва.

Отже, в сучасних умовах об'єктивно існує необхідність пошуку форм і методів забезпечення беззбиткової діяльності підприємств, що може бути запорукою їх стабільності в конкурентному ринковому середовищі.

Список використаних джерел

1. Булуй О. Г. Моделювання межі беззбитковості виробництва продукції у сільськогосподарському підприємстві. [URL: https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/58.pdf](https://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/5.3/58.pdf)
2. Голов С. Ф. Управлінський облік: підручник. Київ: Лібра, 2003. 704 с.
3. Точка беззбитковості. URL: <http://delatdelo.com/spravochnik/osnovy-biznesa/rentabelnost/tochka-bezubytochnosti-kakrasschitat.html> (дата звернення 25.03.2022).
4. Чимшит С., Грабовський І. Методичні аспекти формування та оцінювання зони беззбитковості. *Галицький економічний вісник*. Тернопіль: ТНТУ, 2014. Том 46. С. 155-170. URL: <http://galicianvisnyk.tntu.edu.ua/pdf/46/189.pdf>.



Поліщук О.М., к.е.н., доцент кафедри обліку і оподаткування
Уманський національний університет садівництва

ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У сучасних умовах світового соціально-економічного розвитку, особливо важливим аспектом стало інформаційне забезпечення процесу управління, що складається в зборі і обробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Перед керуючим органом звичайно ставляться задачі одержання інформації, її обробки, а також генерування і передачі нової похідної інформації у виді керуючих впливів. Такі впливи здійснюються в оперативному і стратегічному аспектах і ґрунтуються на раніше отриманих даних, від вірогідності і повноти яких багато в чому залежить успішне рішення багатьох задач управління.

Не можна не відзначити, що будь-які прийняті рішення вимагають обробки великих масивів інформації; компетентність керівника залежить не стільки від минулого досвіду, скільки від володіння достатньою кількістю інформації про швидко мінливу ситуацію й уміння нею скористатися.

У процесі управлінської діяльності інформація стала більш важливим ресурсом, ніж матеріальні, енергетичні, трудові та фінансові ресурси. Відповідно, великого значення набувають методи обробки й використання інформації, а також технічні засоби, завдяки яким стало можливим перетворення інформації у важливий виробничий ресурс [1].

До економічної інформації відносять дані, що циркулюють в економічній системі. Це відомості про процеси виробництва, матеріальні ресурси, процеси управління виробництвом, фінансові процеси, а також відомості обліково-економічного характеру, якими обмінюються різні системи управління.

На даний час серед інформаційних систем, які використовуються для вирішення різноманітних бізнес-задач, основні позиції займають інформаційні системи в менеджменті та експертні системи. Оскільки технології розвиваються досить стрімко, в останній час відбувається швидке їх впровадження в систему управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства, адже це дозволяє значно зекономити час, забезпечує різні форми контролю та управління і має певні економічні переваги.

Актуальним на сьогоднішній день є побудова та ефективне функціонування такої системи інформаційного забезпечення управління діяльністю підприємств, яка б адаптувалась до специфіки українського інформаційного ринку та діяльності вітчизняних сільськогосподарських підприємств для того, щоб стати реальним інструментом у конкурентній боротьбі [3].

До інформаційних систем нового покоління належать системи підтримки прийняття рішень та інформаційні системи, побудовані на штучному інтелекті. Це інтерактивні комп'ютерні системи, які призначені для підтримки різних видів діяльності при прийнятті рішень. Дана система має безліч переваг і застосовується в усіх сферах управлінської діяльності підприємства. Такі системи надають менеджеру допомогу у процесі прийняття рішень і



забезпечують підтримку у всьому діапазоні контекстів задач. Вони підтримують і посилюють міркування та оцінку менеджера. Системи підтримки прийняття рішень виконують інтеграцію моделей і аналітичних методів із стандартним доступом до даних і вибіркою з них. Для надання допомоги при прийнятті рішень активується одна або декілька моделей. Вміст їх охоплює історію поточних і попередніх операцій, а також інформацію зовнішнього характеру та інформацію про середовище. Ці системи прості в роботі та побудовані за принципом інтерактивного рішення задач [2].

Функціональна структура інформаційної системи управління в організації може складатись із взаємодіючих підсистем різноманітних напрямків, реалізованих у вигляді автоматизованих робочих місць заданих тематичних профілів та певних рангів. Глибина ієрархічного заглиблення профільованих автоматизованих робочих місць залежить від рівня ієрархії об'єкту управління. Окремі підрежими в системі не ізолюються один від одного, а взаємодіють між собою на рівні єдиного інформаційного середовища, використовуючи одні і ті ж облікові дані.

На сьогоднішній день сформувалася досить велика кількість різноманітних методологій аналізу економічної ефективності впровадження і функціонування інформаційних засобів, проте не дивлячись на це, на даний момент немає єдиної методології, яка б підходила для оцінки інформаційної інфраструктури будь-якого підприємства. Тому існує досить складна проблема правильного вибору конкретного методу оцінки ефективності, яка вимагає від управління компаній диференційованого підходу до кожного кроку впровадження і використання інформаційних систем та технологій у своїй діяльності.

Отже, в основу сучасної інформаційної системи доцільно покласти контури певного цільового призначення, до складу яких входитимуть програмні модулі, що призначені для управління різними напрямками діяльності підприємства. Складовими інформаційної системи управління є підсистеми заданих профілів для певних користувачів. Система управління виробництвом може містити цілий набір вбудованих підсистем, таких, як підсистема техніко-економічного планування, підсистема оперативного планування виробництва, підсистема оперативного управління основним виробництвом, підсистема управління матеріально-технічним забезпеченням та інші. Структура цієї системи формується у відповідності з політикою та стратегією діяльності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Аранчій В.І., Зоря С. П., Лантух А. О. Теоретичні аспекти формування конкурентних стратегій аграрних підприємств. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Полтава: ПДАА. 2014. № 2. С. 3-7.
2. Лихота У.П. Фінансова стратегія управління підприємством. *Фінанси України*. 2011. №2. С. 86-90.
3. Спіріна М.В. Стратегія управління конкурентоспроможністю підприємства. *Актуальні проблеми економіки*. 2014. № 8. С. 176-183.





Приступа С.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА СІЛЬСЬКОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ У ЧАСТИНІ ОБЛІКУ ВИТРАТ ВИРОБНИЦТВА

Облікова політика є інструментом бухгалтерського обліку, що забезпечує його ефективну та раціональну організацію на підприємстві. Наразі Законом України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» № 996-XIV від 16.07.1999 р. встановлено чіткі вимоги щодо організації та ведення бухгалтерського обліку, проте, водночас, надано можливість господарюючим суб'єктам самостійно приймати рішення щодо формування облікової політики виходячи з особливостей своєї діяльності.

Відповідно до чинного законодавства облікова політика підприємства визначається як сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [5]. Призначення облікової політики, насамперед, полягає у виконанні функцій обліку, однак разом із тим, вона має забезпечувати функції управління, зокрема, планування, аналізу, контролю, інформаційного забезпечення фінансово-економічної безпеки підприємства.

Виробництво є головним етапом процесу відтворення, тому облікова політика, насамперед, повинна визначати систему обліку витрат, що є вихідною в управлінні підприємством. Наразі облік витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) відіграють важливу роль у забезпеченні соціально-економічної віддачі коштів та капіталу підприємства. Від їх належної організації залежать рівень економічного управління підприємством, ступінь впливу результатів діяльності окремих підрозділів на підвищення ефективності виробництва, обґрунтованість планування якісних та кількісних показників, оптимальне ціноутворення тощо. Більше того, облік витрат виробництва та калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) здійснюється в межах управлінського обліку, який законодавчо нерегламентований, а отже потребує регламентації саме обліковою політикою підприємства [2].

Наказ про облікову політику є основним документом, що забезпечує дотримання загальних принципів ведення обліку на підприємстві. У Наказі про облікову політику в частині витрат виробництва мають бути прописані основні облікові позиції, насамперед, перелік об'єктів обліку витрат. Ґрунтовним критерієм при встановленні об'єктів обліку витрат є потреба у визначенні калькуляції продукції (робіт, послуг), тому об'єктами витрат виробництва у рослинництві є сільськогосподарські рослини та сільськогосподарські роботи, а у тваринництві – статеві-вікові групи тварин різних галузей тваринництва.

Основними нормами НП(С)БО 16 «Витрати», якими варто оперувати при



визнанні та відображенні витрат звітного періоду в обліку є:

- відображення витрат в бухгалтерському обліку одночасно із зменшенням активів або збільшенням зобов'язань;
- визнання витрат витратами звітного періоду одночасно з визнанням доходу, для одержання якого вони здійснені [3].

Водночас важливим елементом облікової політики підприємства є розподіл загальновиробничих витрат. За діючими Методичними рекомендаціями № 132 від 18.05.2001 р. [2] у сільському господарстві загальновиробничі витрати не діляться на постійні й змінні, як це передбачено НП(С)БО 16 «Витрати» та розподіляються у кінці року, а не щомісячно. Такий підхід позбавляє можливості визначити суму витрат на продукцію при її оприбуткуванні й здійснити коригування на різницю між справедливою вартістю оприбуткованої продукції та витратами на її виробництво. Для приведення обліку загальновиробничих витрат сільськогосподарського підприємства у відповідність до норм вітчизняних і міжнародних стандартів обліку, в їх складі слід виділити змінну та постійну компоненту. НП(С)БО 16 регламентує здійснення розподілу змінних загальновиробничих витрат із застосуванням обраної підприємством бази розподілу виходячи з фактичної потужності підприємства. Постійні загальновиробничі витрати, яких переважна більшість, розподіляються на об'єкти обліку витрат виробництва при нормальній потужності. Нерозподілені постійні загальновиробничі витрати відносяться до витрат періоду за статтею «Собівартість реалізованої продукції» [3]. Проте специфіка сільськогосподарського виробництва зумовлює більш тісну залежність переважної більшості витрат від площі посіву, ніж від кількості продукції, тому за основу при визначенні нормальної потужності підприємства доцільно обрати площу сільськогосподарських угідь в гектарах без поділу за культурами. Розподіл загальновиробничих витрат на кожен вид продукції, з використанням в якості бази розподілу заробітної плати основного виробничого персоналу, нарахованої наростаючим підсумком з початку року. Однак, за методичними рекомендаціями № 132 від 18.05.2001 р. базою розподілу загальновиробничих витрат є прямі витрати виробництва за мінусом вартості насіння у рослинництві, вартості кормів у тваринництві та сировини у промисловості [2].

Разом з тим, у Наказі про облікову політику сільськогосподарського підприємства в частині обліку витрат мають бути прописані наступні елементи:

- первинні документи з обліку витрат та графіки їх документообігу;
- організація бухгалтерського обліку витрат за видами діяльності, статтями та елементами витрат із використанням рахунків класу 9 «Витрати діяльності». Перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості, склад загальновиробничих витрат, номенклатуру статей адміністративних, збутових та інших витрат;
- методи обліку витрат та калькулювання собівартості продукції;
- перелік об'єктів обліку витрат, об'єктів калькулювання та



калькуляційних одиниць;

- методи розподілу витрат у незавершеному виробництві;

- прямі витрати виробництва відносяться безпосередньо на конкретний вид незавершеного виробництва. Прямі витрати з надання послуг стороннім організаціям розподіляться на конкретний вид послуг, що надаються.

- здійснення оцінки готової продукції за плановою собівартістю (за справедливою вартістю біологічних активів). Різниця між фактичною і плановою собівартістю визначається за підсумками збору врожаю кожної культури і в кінці кварталу, якщо врожай ще не зібраний. Різниця між фактичною і плановою собівартістю відноситься на інші доходи та інші витрати операційної діяльності відповідно;

- витрати, пов'язані з подальшою реалізацією продукції (послуги зберігання, транспортні та інші послуги) відносяться до витрат на збут;

- розподіл витрат за виробничим підрозділами та центрами виникнення витрат;

- методи аналізу витрат.

Отже, підсумовуючи вищезазначене, зауважимо, що облікова політика витрат має важливе значення для ефективної організації бухгалтерського обліку сільськогосподарських підприємств, оскільки точність та деталізація облікового процесу в частині витрат необхідні для визначення результатів діяльності господарюючого суб'єкта та ухвалення ефективних управлінських рішень. Наразі спостерігається формальний підхід до процесу формування Наказу про облікову політику в сільськогосподарських підприємствах, оскільки елементи облікової політики визначаються з позиції спрощення облікового процесу, а її відношення до стратегії розвитку підприємства не враховується взагалі.

Список використаних джерел:

1. Маренич Т. Г. Облікове забезпечення відтворювальних процесів у сільськогосподарських підприємствах. URL:<http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/01/146>. 2010. (дата звернення 23.03.2022).

2. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 трав. 2001 р. URL:<http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm>. (дата звернення 23.03.2022).

3. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства Фінансів України № 318 від 31 грудня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL:<http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

4. Попук Н. С., Іщенко Я. П. Актуальність формування облікової політики аграрних підприємств. *Економічні науки. Сер.: Облік і фінанси*. 2013. Вип. 10 (4). С. 147–151.

5. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень Закон України № 2164-VIII від 05 жовтня 2017 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 23.03.2022).



Проценко А.В., здобувач вищої освіти
 СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
 Науковий керівник – **Яловега Л.В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
 бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

МЕТОД «ДИРЕКТ-КОСТИНГ» В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ

Підприємства перебувають у постійному пошуку оптимальних, а головне ефективних форм управління витратами. Для управлінського обліку одним із ключових параметрів є собівартість продукції (робіт, послуг). Проте у ході її визначення виникають певні труднощі, особливо з огляду на зміну обсягу виробництва.

Наразі виокремлюють наступні новітні методи управління витратами на підприємстві: таргет-костинг, стандарт-костинг, СVP-аналіз, метод АВС, директ-костинг, кайзен-костинг, абзорпшен-костинг, LCC-аналіз, бенчмаркінг витрат, кост-кіллінг, та метод VCC. Ці методи застосовуються, зокрема, до систем управлінського обліку та оперативного, поточного та стратегічного аналізу підприємства.

Англійський термін «direct costs» (метод маржинального обліку витрат) називають «методом змінних витрат». Це безпосередньо відображає суть цієї системи для обчислення чистої собівартості продукції (робіт, послуг). Переваги та недоліки даного методу можна побачити у табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки методу директ-костинг [2]

Переваги	Недоліки
Детальне і якісне вивчення залежності між обсягом виробництва, витратами і прибутком	Директ-костинг створює тенденцію для того, щоб ігнорувати необхідність відтворення постійних витрат через ціну виробу
Спрощення і точність обчислення собівартості продукції	Ведення обліку у розрізі лише виробничої собівартості
Відсутні процедури по складанню складних розрахунків для умовного розподілу постійних витрат між видами продукції	Для довгострокового планування необхідно окремо робити розподіл постійних витрат, які не завжди забезпечують точний результат
Об'єктивне визначення порогу рентабельності, запасу міцності підприємства і нижньої межі ціни продукції	У деяких виробництвах вона є непридатною, бо особливості виробничо-технологічного процесу не дозволяють отримати інформацію про повну фактичну собівартість кожного виду продукції, і не можна порівняти її з відпускнуою ціною
Застосування системи директ-костинг дає можливість проведення порівняльного аналізу рентабельності різних видів продукції, визначення оптимальної програми випуску і реалізації, вибору вигіднішої моделі організації виробництва	

Оскільки, все залежить від обсягів та специфіки діяльності підприємства,



то не можна дійти до висновку щодо доцільності використання методу. Запровадження на підприємствах методу «директ-костинг» є актуальним згідно з чинним законодавством НП(С)БО 16 «Витрати». А також, при використанні даного методу можливий регулярний контроль за собівартістю витрат та розміром прибутку, внаслідок того, що відбувається об'єднання управлінського та фінансового обліку [2].

Система «директ-костинг» має кілька особливостей: перша – поділ виробничих витрат на змінні і постійні; друга – калькулювання собівартості продукції за обмеженими витратами; третя – багатостадійність складання звіту про прибутки. Процес обліку відбувається в два етапи. На першому етапі встановлюється зв'язок обсягу виробництва готової продукції з прямими (змінними) витратами, відображається рентабельність виробництва окремих видів продукції. На другому етапі узагальнені на одному рахунку непрямі (постійні) витрати зіставляються з внеском, отриманим від реалізації кожного виду продукції. Результат відображає рентабельність всього виробництва) і реалізації. Таким чином, ця система орієнтована на реалізацію. Чим більший обсяг реалізації, тим більше прибутку отримує підприємство [4].

У собівартість продукції будуть включені лише змінні витрати, що відбивають її кількісну характеристику. При цьому постійні витрати не поширюються на собівартість, а одразу наводяться на загальний фінансовий результат. Облік та планування, що стосуються виробництва, відбуваються лише щодо змінних витрат. Із цими ж показниками відбувається облік залишків нереалізованої продукції початку і покінця край періоду, і навіть виробництво, яке було завершено.

Постійні витрати списуються з прибутку з обраною регулярністю впродовж усього звітної періоду, в якому здійснювалося виробництво продукції. Вони накопичуються на окремому бухгалтерському рахунку та не включаються до собівартості продукції (робіт, послуг).

Отже, цей метод розширює аналітичні можливості управління. Отримана в цій системі інформація дозволяє збільшити ефективність управління та контролю на підприємстві, що є важливим елементом у створенні унікальної діяльності на ринку товарів і послуги.

Список використаних джерел

1. Власова О. Є. Бухгалтерський та управлінський облік для студентів. Харків: ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2017. 114 с.
2. Голов, С. Ф. Управлінський облік: підручник. К.: ЦУЛ, 2018. 534 с.
3. Про внесення змін до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо удосконалення деяких положень: Закон України № 2164-VIII від 05 жовтня 2017 р. *Верховна Рада України*. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua> (дата звернення 23.03.2022).
4. Організація обліку витрат і результатів діяльності в системі «директ-костинг». URL: https://pidru4niki.com/12090810/finansorganizatsiya_obliku_vitrat_rezultativ_diyalnosti_sistemi_direkt-kosting_





ОКРЕМІ СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ БАНКРУТСТВА СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

В умовах нестабільності національної економіки, викликаній спочатку пандемією COVID-19, а тепер ще й військовою агресією з сторони Російської Федерації, суттєво зростають ризики підприємницької діяльності, одним з яких виступає ризик неплатоспроможності, який може призвести до банкрутства суб'єктів господарювання.

Банкрутство – визнана господарським судом неспроможність боржника відновити свою платоспроможність за допомогою процедури санації та реструктуризації і погасити встановлені у порядку, визначеному Кодексом України з процедур банкрутства, грошові вимоги кредиторів інакше, ніж через застосування ліквідаційної процедури [1].

В системі оцінки кризових фінансових явищ виділяють такі основні групи методів діагностики банкрутства суб'єктів господарювання:

1. Статистичні методи (методи дискримінантного аналізу, аналіз умовної ймовірності, кластерний аналіз, моделі бінарного вибору (logit-моделі, probit-моделі)).

2. Методи штучного інтелекту (нейронні мережі, експертні системи, теорія нечітких множин, генетичні алгоритми, дерева рішень).

3. Теоретичні методи (балансова зміна, теорія кредитного ризику, теорія розорення гравця, ринкові моделі, макроекономічні моделі (теорія ендогенних величин, теорія екзогенних величин)) [2, с. 267].

4. Методи фінансового аналізу (горизонтальний, трендовий, вертикальний, коефіцієнтний, факторний, порівняльний аналіз).

Першим фінансовим аналітиком, який почав використовувати статистичні прийоми у поєднанні з фінансовими коефіцієнтами для прогнозування ймовірності настання банкрутства компаній, став У. Бівер.

До найбільш відомих та розповсюджених у західній практиці статистичних методів оцінки ймовірності банкрутства можна віднести моделі: Е. Альтмана (США, 1968 р. та 1983 р.), Р. Лиса (Великобританія, 1972 р.), Д. Чессера (США, 1974 р.), Р. Таффлера та Г. Тишоу (Великобританія, 1977 р.), Е. Альтмана, Р. Холдмена, П. Нараяна (США, 1977 р.) Г. Спрингейта (Канада, 1978 р.), Ж. Конана та М. Гольдера (Франція, 1979 р.), Дж. Фулмера (США, 1984 р.) тощо.

В Україні найбільш відома аналітична модель прогнозування банкрутства є шести факторна модель О.О. Терещенка (2003 р.). Крім цього, у напрямі проведення фінансового-економічного аналізу Наказами Міністерства економіки України № 14 від 19.01.2006 р. та № 1361 від 26.10.2010 р. було затверджено Методичні рекомендації щодо виявлення ознак



неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства з наступними зміни до них відповідно.

Проте, жодна із зазначених моделей не забезпечує високу точність прогнозу. До основних недоліків зазначених моделей можна віднести:

1. Складність інтерпретації підсумкового значення.
2. Залежність точності розрахунків від вихідної формації.
3. Використання «ретро» інформації.
4. Відсутність динамічної інтерпретації зміни ймовірності настання банкрутства.
5. Переважно моделі були розроблені ще у минулому столітті, а економічна ситуація у світі постійно зазнає змін під впливом різноманітних факторів.

6. Засновані на аналізі лише економічних показників, які відображають фінансово-господарську діяльність підприємств.

7. Неврахування розмірів підприємства (мікро, мале, середнє, велике), галузевих (видів економічної діяльності), вітчизняних особливостей у сфері оподаткування, формування показників фінансової звітності тощо.

Отже виникає необхідність розробки нової або удосконалення існуючої моделі (методики) оцінки ймовірності настання банкрутства підприємств, яка б відзначалася легкою інтерпретацією та невілювала більшість недоліків.

При цьому методика повинна мати достатній рівень достовірності, що передбачає врахування життєвого циклу підприємства, використання специфічних показників з точки зору як галузевої приналежності, так і масштабів своєї діяльності.

Ефективна модель діагностики банкрутства має забезпечувати прогноз виникнення кризових фінансових явищ заздалегідь, ще до появи очевидних ознак. Такий підхід є особливо актуальним, оскільки життєві цикли багатьох підприємств в умовах ринкової та глобалізаційної економіки є нетривалими (приблизно п'ять років). Це, у свою чергу, обмежує у часі застосування антикризових стратегій. В умовах фінансово-економічної кризи підприємства, яка вже настала, реалізація цих стратегій може і само по собі призвести безпосередньо до банкрутства. Застосування релевантних методик прогнозування банкрутства повинно дозволяти використовувати різноманітні антикризові стратегії заздалегідь, ще до настання фінансової кризи підприємства, що дозволить її уникнути або принаймні мінімізувати.

Список використаних джерел:

1. Кодекс України з процедур банкрутства. Кодекс України № 2597-VIII від 18 жовт. 2018 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text> (дата звернення: 23.03.2020)
2. Кобець С. П., Власенко Н. С. Підхід до систематизації методів діагностики ймовірності настання банкрутства підприємства. *Економіка та суспільство*. 2017. Вип. 10. С. 266–270.



Содома Р. І., к.е.н., доцент,
 доцент кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту,
Дубинецька П.П., к.е.н.,
 доцент кафедри права та менеджменту у сфері цивільного захисту,
Львівський державний університет безпеки життєдіяльності

КОНТРОЛІНГ ЯК КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Спеціальна система методів та інструментів, таких як контролінг, спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства. Це система забезпечує зворотній зв'язок у контурі управління і охоплює інформаційне забезпечення, його планування, організацію взаємодії, мотивацію і контроль.

Контроль і контролінг суттєво відрізняються за ознакою часу: контроль переважно досліджує минуле і спрямованим на виявлення прорахунків і помилок, тоді як контролінг орієнтується на перспективу підприємства [3, с. 16].

Таким чином, контролінг є типовою навігацією для топ-менеджера підприємства. Складові контролінгу як інтегрованої комплексної системи відображено на рис. 1.

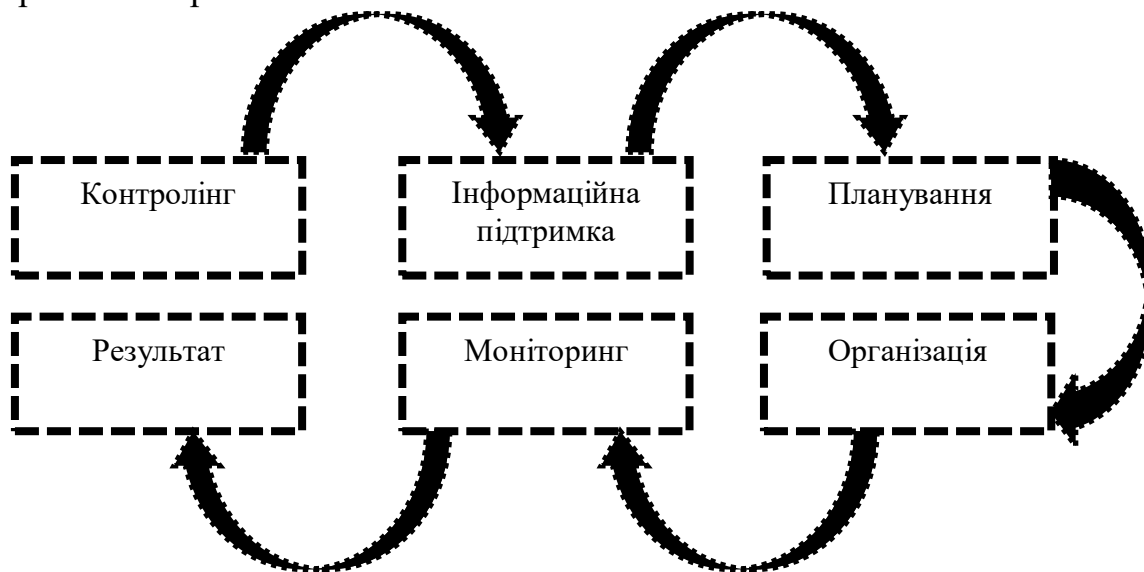


Рис 1. Переваги системи контролінгу

Варто врахувати, що контролінг не забезпечує автоматично успіх підприємства, якщо топ-менеджери не виконують функції управління, а тільки здійснює сервісну функцію в управлінні. Аналізуючи сучасний стан управління будь-якого підприємства, де контролер є основним постачальником інформації для керівників всіх ланок, то його основними поглиначами інформації є вище керівництво, керівники та спеціалісти функціональних підрозділів підприємства. Сучасний контролінг працює з вторинними джерелами інформації, не виходячи в ті прошарки, які здійснюють значно більший вплив на ефективність діяльності підприємства.



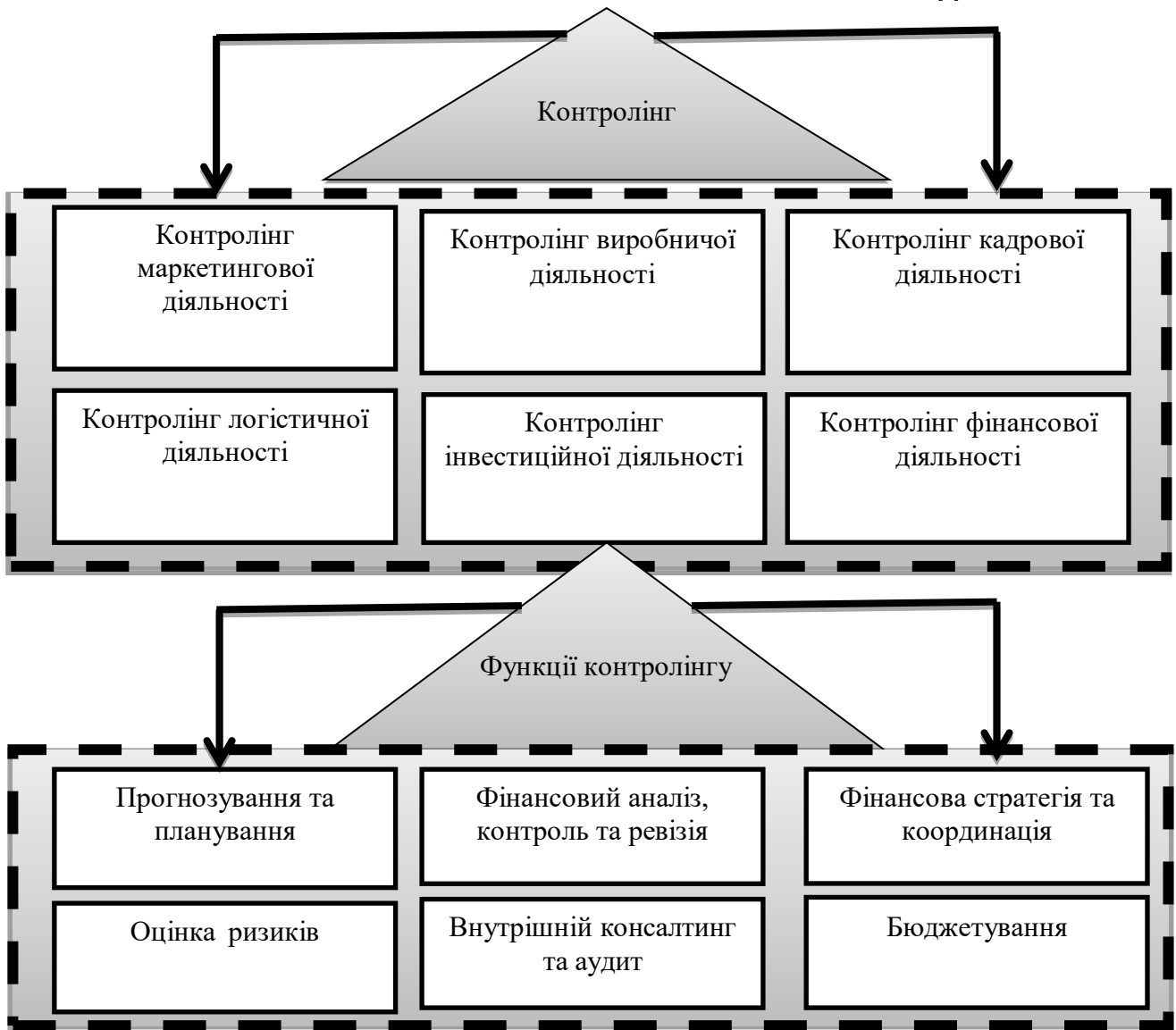


Рис. 2 Класифікаційні ознаки та функції контролінгу

Основні завдання контролінгу в різних країнах постійно доповнюється та змінюється по змісту. В розвинутих країнах Європи служби контролінгу на підприємствах або послуги залучених експертів-контролерів цілком звичні. Аналіз попиту на ринку трудових ресурсів такої країни, як Німеччина, показує, що не тільки великі, а й середні, а останнім часом і малі підприємства запрошують на роботу спеціалістів-контролерів [1, с. 8].. Цей факт свідчить про визнання ефективності управління організацією на принципах контролінгу. В сучасних умовах контролінг стає реальним доповненням роботи менеджерів. В США та в деяких європейських країнах переважає прагматичний підхід: тут контролінг тісніше пов'язаний з менеджментом, більш орієнтований на вимоги ринку та потреби клієнтів. Китайці акцептують результати розрахунків з невисоким ступенем точності. Для них важливіше зрозуміти проблему в цілому та вирішувати її способом горизонтальної координації, синтезу, не жорсткої, але цілісної взаємодії.

Економічні парадигми, концепції та методи управління відносяться до



фундаментальних факторів, що визначають довгострокові перспективи розвитку контролінгу. Однак не слід забувати й інші фактори: рівні розвитку контролінгу як науки, рівень кваліфікації управлінського персоналу, а також визнання того, що управління як самостійний вид діяльності потребує власних технологій для його реалізації [2, с. 345].

Тому контролінг слід розуміти як особливу функцію управління, яка поєднує та спрямовує основні функції управління діяльністю підприємства з метою досягнення оперативних (поточних) і стратегічних цілей на основі наданої інформації.

Список використаних джерел:

1. Бруханський Р. Ф. Типи і види стратегій сільськогосподарських підприємств та особливості їх обліково-аналітичного забезпечення. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2014. № 2 (68). С. 3-10.
2. Голов С. *Управлінський облік*. К.: Лібра, 2006. 704 с.
3. Капліна А. (2021). Контролінг як інструмент управління підприємством. *Економіка та суспільство*. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-16>.





Тютюнник С.В., к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Левченко З.М., к.е.н., доцент, професор кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Дугар Т.Є., к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,

Полтавський державний аграрний університет

ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ВИТРАТ

Логістична система є однією із складових системи управління підприємством, вона є підсистемою управлінського обліку. Логістичні витрати – це грошове вираження сукупності витрачених матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних ресурсів підприємства, які пов'язані з забезпеченням бізнес-процесів та операцій з переміщення матеріальних потоків у межах логістичної системи, зазначає У. Плекан [4]. Підприємства можуть покращити свої показники конкурентоспроможності за рахунок мінімізації загальних логістичних витрат, а це можна досягти належною організацією обліку та аналізу логістичних витрат. У зв'язку з цим виникає потреба у класифікації логістичних витрат. О.О. Григоревська пропонує поділяти логістичні витрати наступним чином: транспортні витрати та експедиційні витрати; витрати на технологічні цілі та підвищення кваліфікації працівників (у разі змін виробничої програми, технологій); витрати на навантажувально-розвантажувальні роботи; витрати на перевірку якості й кількості отриманого замовлення та визначення технології його приймання; зупинка виробничого процесу та відповідна втрата часу (зокрема, оплата простоїв); вартість відкладених та втрачених замовлень [1]. Групування логістичних витрат, в першу чергу, необхідне для поглибленого аналізу ефективності організації логістичної системи підприємства з метою виявлення резервів зменшення витрат не виробничого характеру: представницькі витрати, транспортні та заготівельні витрати, складські витрати, витрати на внутрішньогосподарське переміщення, втрати від невчасного виконання замовлень чи поставки з порушенням асортименту та якості товарів, судові витрати при пред'явленні та розгляду претензій та ін. У фінансовому обліку логістичні витрати знаходять своє відображення в складі собівартості придбаних запасів або в складі адміністративних витрат (загальновиробничих витрат) і потребують окремого аналітичного узагальнення в системі управлінського обліку.

Логістичні витрати підприємств тісно пов'язані з усіма видами витрат. О.І. Пилипенко пропонує наступну класифікацію логістичних витрат на різних етапах руху придбаних запасів [3]: закупівля (оплата праці та утримання персоналу підрозділу закупівлі; дослідження постачальників та ринку закупівлі; оформлення замовлень); виробництво (планування асортименту; внутрішнє транспортування; технічне забезпечення якості продукції); розподіл і продаж (оплата праці торгових агентів і послуг посередників; маркетингові дослідження; оброблення замовлень; дослідження ринку); формування первісної вартості (договірна вартість запасів; втрати від зберігання);



складування (орендна плата за складські приміщення; їх охорона та амортизація); транспортування (підготовка продукції до відвантаження; завантаження і розвантаження; ПММ; електроенергія для пересування); інформаційне обслуговування (утримання персоналу з управління логістичними процесами; консультаційні послуги).

У діючому плані рахунків не передбачено рахунку для обліку логістичних витрат. У зв'язку з цим, для накопичення інформації про витрати, які пов'язані з постачанням ресурсів пропонується введення рахунку 29 «Логістичні витрати з постачання ресурсів»; для виокремлення логістичних витрат на виробництво – рахунок 911 «Логістичні витрати на виробництво»; для узагальнення інформації пов'язаної з логістичними витратами на адміністрування – рахунок 921 «Логістичні витрати на адміністрування»; логістичні витрати, які пов'язані із збутом, транспортуванням тощо можуть систематизуватися на відповідних окремих субрахунках до рахунку 93 «Витрати на збут». Також виникає потреба у відображенні у формі 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» у розділі I «Фінансові результати» інформації про логістичні витрати підприємства (наприклад, включенням у форму №2 додаткового рядка 2151 «Логістичні витрати») з метою можливості проведення аналітичних досліджень.

Управлінські рішення щодо мінімізації логістичних витрат ґрунтуються на результатах проведеного аналізу. Пропонуємо аналітичні дослідження проводити у такій послідовності: аналіз структури логістичних витрат (вертикальний аналіз); аналіз логістичних витрат у динаміці та в порівнянні з плановими показниками (горизонтальний аналіз) для визначення тенденції зміни; факторний аналіз логістичних витрат; аналіз показників ефективності логістичних витрат; визначення напрямів мінімізації витрат та підвищення ефективності застосування логістичної системи (розробка проекту управлінських рішень). На нашу думку, для дослідження впливу факторів на зміну логістичних витрат доцільно використовувати детерміновану адитивну семифакторну модель логістичних витрат [2].

$$ЛВ = З + В + РП + ФПВ + С + Т + ІО, \quad (1)$$

де ЛВ – загальна величина логістичних витрат; З – логістичні витрати на етапі закупівлі; В – логістичні витрати на етапі виробництва; РП – логістичні витрати на етапі розподілу і продажу; ФПВ – логістичні витрати на етапі формування первісної вартості; С – логістичні витрати на етапі складування; Т – логістичні витрати на етапі транспортування; ІО – логістичні витрати на етапі інформаційного обслуговування. Абсолютна зміна факторних показників ($\Delta З$, $\Delta В$, $\Delta РП$, $\Delta ФПВ$, $\Delta С$, $\Delta Т$, $\Delta ІО$) буде результатом їх впливу на зміну результативного показника ($\Delta ЛВ$).

Логістичну систему оцінюють за такими основними критеріями, як якість, швидкість та мінімізація витрат. Якість обслуговування характеризується досконалим виконанням замовлення за всіма операціями порівняно з прогнозованим рівнем якості обслуговування (точності виконання логістичних операцій). Оцінка логістичного процесу за часом вимірюється величиною



фонду робочого часу на виконання операцій (сумою всіх операцій, які виконуються у бізнес-процесі виконавцями, та визначається у людино-годинах). Аналіз ефективності логістичного процесу передбачає зіставлення фактичного та бюджетного рівнів логістичних витрат. Щоб урахувати взаємний вплив трьох факторів ефективності загальну ефективність логістичного процесу представимо як добуток значень показників ефективності за кожним чинником. Ефективність логістичного процесу запасів можна визначити таким чином:

$$ЕЛП_{зап} = K_{тво} \times K_{чт} \times K_{вблв} , \quad (2)$$

де $ЕЛП_{зап}$ – ефективність логістичного процесу запасів; $K_{тво}$ – коефіцієнт точності виконання замовлення за всіма операціями (показує наявність помилок порівняно із загальною кількістю виконаних операцій); $K_{чт}$ – коефіцієнт часової тривалості логістичного процесу запасів порівняно із розрахунковою тривалістю; $K_{вблв}$ – коефіцієнт виконання бюджету логістичних витрат (розраховується як відношення суми фактичних логістичних витрат до суми логістичних витрат, які передбачені бюджетом логістичного процесу запасів). Одержані значення розрахункових коефіцієнтів ($K_{тво}$, $K_{чт}$, $K_{вблв}$) можуть дорівнювати 1, бути нижчими або вищими за неї. Одержання значень коефіцієнтів, рівних 1, свідчить про наближення до стандарту основних характеристик оцінки логістичного процесу. Якщо значення коефіцієнтів перевищують нормативне значення, то це свідчить про те, що логістичний процес проведений із незначним рівнем помилок у логістичних операціях, у коротшому часовому проміжку та з меншою сумою витрат. Одержання значень розрахункових коефіцієнтів менше 1 свідчить про наявність більшої кількості помилок у логістичному процесі (порівняно з допустимим рівнем), збільшення часової тривалості логістичного процесу порівняно із розрахунковою тривалістю та про перевищення бюджету логістичних витрат. Таким чином, рівень логістичних витрат впливає на фінансово-економічний стан підприємства та його конкурентоспроможність. Скорочення логістичних витрат та підвищення на цій основі рівня прибутковості діяльності покращує фінансові можливості підприємства, розширює його господарську самостійність.

Список використаних джерел:

1. Григоревська О.О., П'явка В.Г. Управлінський облік виробничих запасів: логістичний підхід. *Детермінанти сталого розвитку підприємств в умовах турбулентності*: кол. монографія / за заг. ред. М. І. Скрипник. К.: КНУТД, 2017.
2. Левченко З.М., Тютюнник С.В., Дугар Т.Є., Романченко Ю.О. Логістичні питання організації обліку запасів. *Бухгалтерський облік як наука: від основ до наукової картини світу*: колективна монографія / за заг. ред. В.Я. Плаксієнка. Київ: «Центр учбової літератури», 2021. С. 236-305.
3. Пилипенко О.І. Обліковий аспект логістичної стратегії в управлінні підприємством. *Науковий вісник Національної академії статистики, обліку та аудиту*. 2016. № 1-2. С. 70-77.
4. Плекан У. Процесний підхід до організації обліку логістичних витрат виробничих підприємств. *Галицький економічний вісник. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2019. Том 56. №1. С. 130-139.





КОМУНІКАЦІЯ: ГЛОБАЛЬНІ ПРИНЦИПИ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

Для досягнення успіху, особливо в умовах високої невизначеності, організації повинні розвинути ефективний управлінський облік на доповнення до вже існуючої системи фінансового обліку. Дані фінансового обліку, попри свою вагомість, не є достатньою інформаційною базою для прийняття рішень на майбутнє, через те, що вони орієнтовані на минулі події. Управлінський облік сприяє інтегрованому мисленню, котре дозволяє враховувати повний спектр даних, необхідних для прийняття рішень.

Щоб усунути проблеми, які виникають впродовж діяльності підприємства, має бути розроблена стратегія управлінського обліку, котра включатиме наступні деталі:

- пріоритет організації;
- потреби споживачів управлінського обліку;
- існуючої системи управлінського обліку;
- можливості та недоліки, які є на даному етапі;
- співробітники і запроваджені технології;
- термін інвестицій;
- показників ефективності.

Бізнес-модель — це принцип, за яким організація створює вартість. Оскільки управлінський облік вимагає докладного розуміння бізнес-моделі, ринку та макроекономічного середовища, він зумовлює сталість організаційного успіху. Управлінський облік допомагає організаціям приймати вдалі рішення, виокремлюючи з інформації її присутню цінність. Рішення, що ґрунтуються на об'єктивних даних чи виважених судженнях, а не припущеннях, роблять сталий успіх більш досяжним. Усі глобальні принципи управлінського обліку є похідними від цього прагнення. Ці Принципи описують основоположні цінності, якості, норми й поняття, що їх мають дотримуватися фахівці з управлінського обліку, запорукою цього є чотири узагальнені Принципи (які розглядаються безперервно, а не послідовно):

- ✓ Комунікація породжує інформацію, що має вплив
 - розробка і реалізація стратегії — це діалог
 - комунікація є точковою
 - комунікація сприяє прийняттю ефективніших рішень.
- ✓ Інформація є релевантною
 - інформація є найкращою з наявної
 - інформація є надійною і доступною
 - інформація є контекстуалізованою.
- ✓ Аналізується вплив на вартість
 - моделі забезпечують розуміння варіантів
 - черговість дій визначається їхнім впливом на результат
- ✓ Розумне керування вибудовує довіру



- підзвітність і надійність
- сталий розвиток
- професійна добропорядність і етика.

✓ Ефективний управлінський облік здійснюється досвідченими та компетентними фахівцями, які застосовують Принципи, щоб підтримувати й покращувати систему управління ефективністю в організації у сферах власної діяльності.

Три з чотирьох Принципів стосуються дисципліни управлінського обліку; четвертий («Розумне керування вибудовує довіру») стосується поведінкових норм фахівців з управлінського обліку.

КОМУНІКАЦІЯ ПОРОДЖУЄ ІНФОРМАЦІЮ, ЩО МАЄ ВПЛИВ

Управлінський облік починається і завершується спілкуванням. Комунікація оптимізує процес прийняття рішень за рахунок передачі інформації на всіх етапах прийняття рішень. Належний обмін важливою інформацією в рамках управлінського обліку дозволяє отримувати чітку інформацію для подальшого аналізу. Наслідки дій в тій чи іншій сфері бізнесу стають більш зрозумілими і прийнятними, а їхнє коригування — більш ефективним. Якщо потрібні люди будуть отримувати потрібну інформацію в потрібний час, вони зможуть приймати ефективніші рішення, які забезпечать створення вартості в довготривалій перспективі. У такий спосіб управлінський облік впливає на процес прийняття поінформованих рішень.

Розробка і реалізація стратегії — це діалог. Реалізація стратегії повинна обговорюватися на всіх рівнях організації за участю всіх співробітників, щоб усунути розрізненість в діях і мисленні. Це дозволяє чітко розмежувати головні цілі та індивідуальні завдання.

Сформульовані в документі прозорі принципи є важливою складовою системи управлінського обліку та допомагають підприємствам досягти успіху в умовах сталого розвитку.

Список використаних джерел

1. Глобальні принципи управлінського обліку. Американський інститут сертифікованих публічних бухгалтерів; *Інститут привілейованих управлінських бухгалтерів*. URL: <https://www.cgma.org/content/dam/cgma/resources/reports/downloadabledocuments/ukranian-full-gmaps-document.pdf>.





Хоренженко В.Д., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІІ Маркетинг,
Науковий керівник – **Гайдаєнко О.М.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічного аналізу,
Одеський національний економічний університет

АНАЛІЗ ДІЛОВОЇ АКТИВНОСТІ ТОВ «СТАРОБІЛЬСЬКИЙ МОЛОКОЗАВОД»

Стабільність фінансового положення підприємства в умовах ринкової економіки обумовлюється в чималому ступені його діловою активністю. У широкому розумінні ділова активність означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування фірми на ринках продукції, праці, капіталу. У вузькому розумінні (у контексті аналізу фінансово-господарської діяльності) ділова активність підприємства означає його виробничу та комерційну діяльність.

Ділова активність комерційної організації виявляється в динаміці її розвитку, досягненні нею цілей, які відображають натуральні та вартісні показники, в ефективному використанні економічного потенціалу, розширенні ринків збуту продукції.

Оцінка ділової активності на якісному рівні може бути отримана в результаті порівняння діяльності даної компанії з однотипними за сферою застосування капіталу підприємствами. Такими якісними критеріями є:

- широта ринків збуту продукції;
- наявність продукції, що експортується;
- наявність унікальної продукції, техніко-економічні параметри якої перевищують світові аналоги або відповідають їм;
- репутація підприємства;
- стійкість зв'язків з клієнтами, партнерами тощо [1].

Особливого значення набуває своєчасна та об'єктивна оцінка ділової активності підприємств за виникнення різноманітних форм власності, оскільки жодний власник не повинен нехтувати потенційними можливостями збільшення прибутку (доходу) фірми, які можна виявити тільки на підставі своєчасного й об'єктивного аналізу ділової активності та фінансово стану підприємств.

Ділова активність підприємства - це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Ділова активність розглядається з трьох позицій: індивідуума; підприємства (мікрорівень); країни (макрорівень) [1].

На рівні підприємства ділова активність найчастіше розглядається як результативність роботи підприємства щодо величини авансованих ресурсів або величини їхнього споживання в процесі виробництва. Таке визначення практично ототожнює поняття ділової активності й ефективності роботи.

Ділова активність відображає рівень ефективності використання матеріальних, трудових, фінансових і інших ресурсів і в той же час



характеризує якість управління, а також можливості потенційного розвитку підприємства.

Рівні ділової активності конкретної організації відображають етапи її життєдіяльності - зародження, розвиток, підйом, спад, криза, депресія, - показують ступінь адаптації до мінливих ринкових умов, якість управління тощо. Оцінка ділової активності на якісному рівні може бути отримана в результаті порівняння діяльності даної компанії з однотипними за сферою застосування капіталу підприємствами [2, с. 78].

Таким чином, активність підприємства в фінансовому аспекті проявляється насамперед в швидкості обороту його коштів, відображає ефективність роботи підприємства відносно величини авансованих ресурсів або відносно величини їх споживання в процесі виробництва.

Кількісна оцінка ділової активності, що її пропонує до застосування Косова Т. Д., здійснюється у таких двох напрямках:

- ступінь виконання планових показників;
- забезпечення заданих темпів їх росту .

Метою оцінки ділової активності підприємства є пошук резервів підвищення рентабельності виробництва і зміцнення комерційного розрахунку як основи стабільної роботи підприємства і виконання ним зобов'язань перед бюджетом, банком та іншими установами.

Основними завданнями аналізу ділової активності є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стабільності підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів [1].

Аналіз ділової активності підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств. У результаті фінансового аналізу менеджер одержує певну кількість основних, найбільш інформативних параметрів, які дають об'єктивну та точну картину ділової активності підприємства.

Для наглядного прикладу проаналізуємо динаміку показників ділової активності ТОВ «Старобільський молокозавод».

Із таблиці 1 видно, що ділова активність підприємства знижується, про що свідчать наступні показники. Якщо за попередній рік на кожен гривню, вкладено в активи було отримано 54 копійки чистого доходу, то наприкінці - лише 47 копійок, так само з кожної гривні вкладеної в оборотні активи було отримано на 8 копійок чистого доходу менше.

При цьому, спостерігаються і позитивні показники: швидкість виробничо-комерційного циклу за попередній рік становило 2,12 оборотів, а у



звітному - 2,31, тобто цикл скоротився. Швидкість обороту вкладеного власного капіталу прискорилося - на 0,81 оборотів. Проте, сповільнюється оборотність кредиторської заборгованості - на 184 дні. Також спостерігається сповільнення оборотності дебіторської заборгованості (95 днів), хоча підприємство виставляє більше жорсткі умови до дебіторів, аніж кредитори до підприємства.

Таблиця 1

Аналіз показників ділової активності ТОВ «Старобільський молокозавод»

№	Показник	Розрахунок		Зміна за рік
		Попередній рік	Звітний рік	
1.	Коефіцієнт оборотності активів	0,54	0,47	-0,07
2.	Коефіцієнт оборотності оборотних активів	0,67	0,59	-0,08
3.	Коефіцієнт оборотності запасів	2,12	2,31	0,19
4.	Коефіцієнт оборотності власного капіталу	-2,70	-1,89	0,81
5.	Коефіцієнт оборотності коштів в розрахунках	0,98	0,78	-0,2
6.	Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	0,47	0,38	-0,09
7.	Строк погашення дебіторської заборгованості	373	468	95
8.	Строк погашення кредитор. заборгованості	777	961	184

Отже, ділова активність підприємства формується в процесі всієї його виробничо-господарської діяльності. Тому оцінку ділової активності можна об'єктивно здійснити не через один, нехай найважливіший, показник, а тільки за допомогою комплексу, системи показників, що детально й усебічно характеризують господарське становище підприємства.

Список використаних джерел:

1. Куриленко Т.П. Теоретичні аспекти визначення ділової активності. URL: http://archive.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvamu_ekon/2009_6/6.pdf (дата звернення 29.11.2021).
2. Практикум з дисципліни «Економічний аналіз» для студентів III курсу денної форми навчання, спеціальність «Маркетинг» / укл. О.М. Гайдаєнко. Одеса: ОНЕУ, 2019 р. 91с.





МЕТОДИ ВИМІРЮВАННЯ ПОКАЗНИКІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ БІЗНЕСУ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Оцінка ефективності бізнесу туристичного підприємства є завершальним етапом фінансового та управлінського аналізу. В свою чергу, аналіз загальної ефективності бізнесу є прерогативою найвищої ланки управління підприємства. Ефективність приватних управлінських рішень, які пов'язані з визначенням ціни туристичної продукції, вибору ціни покупок, заміни технологій, обладнання та техніки, інші альтернативні рішення повинні пройти оцінку з погляду загального успіху підприємства, його довгострокового виживання в сучасних умовах [1].

У трансформаційній економіці бухгалтерський облік також поділяється на дві частини: фінансовий облік та управлінський облік. Фінансовий облік вирішує проблеми взаємовідносин туристичного підприємства із державою та іншими зовнішніми користувачами інформації про функціонування підприємства на туристичному ринку. Зрозуміло, фінансовий облік і звітність регламентуються міжнародними та національними стандартами. З іншого боку, управлінський облік не регламентується державою: його організація та методи визначаються керівником підприємства. За логікою, на перший план висувуються управлінські завдання, які вимагають для вирішення крім знань бухгалтерії, обліку витрат, калькулювання собівартості продукту знання техніко-економічного планування, статистики, аналізу господарської діяльності, сучасних програмних продуктів.

Управлінський облік організує внутрішні бізнес-зв'язки для туристичного підприємства. Саме з цих причин його вважають внутрішнім на відміну від фінансового (зовнішнього) обліку. Комплексна оцінка економічної ефективності туристичного бізнесу є складовою управлінського та фінансового аналізу (схема, яка запропонована А.Д. Шереметом, є базою для сфери обслуговування, взагалі). Значну увагу слід приділяти аналізу та управлінню економічною ефективністю бізнесу туристичного підприємства. Сучасну економіку туризму відрізняють дві особливості: по-перше, повна економічна відокремленість, самостійність та відповідальність підприємств як суб'єктів туристичного ринку; по-друге, невизначеність ринкової кон'юнктури, як наслідок вільного встановлення підприємством бізнес-зв'язків з партнерами, так і вільних цін та тарифів на продукцію. За такого стану центральним завданням управління є мінімізація бізнес-ризиків з урахуванням оцінки кожного прийнятого рішення з погляду можливості отримання економічної вигоди. Це створює об'єктивні передумови зростання ролі методів аналізу економічної ефективності бізнесу туристичного підприємства та потребує модернізації методики даного аналізу, вдосконалення методів управління економічною ефективністю бізнесу туристичної організації.



З метою оцінки управління бізнесом підприємства, наука та практика виробила спеціальні інструменти, які називають економічними показниками. Економічні показники моделюють економічні явища та призначені для виміру та оцінки сутності економічних характеристик, економічної ефективності бізнесу вітчизняного туристичного підприємства або його ділової активності [2].

Аналіз методів вимірювання показників економічної ефективності бізнесу туристичного підприємства дозволив зробити наступні висновки: в економічній літературі для оцінки економічної ефективності використовується система приватних показників, що характеризують результативність дій підприємства, величини авансованих ресурсів або величини їх споживання (витрат) (1); в зарубіжних джерелах є загальні пропозиції щодо розрахунку узагальнюючого показника економічності роботи підприємства, яка визначається як відношення обсягу випуску туристичного продукту до обсягу використаних ресурсів, а для підприємств України економісти рекомендують, як узагальнюючий показник, використати рівень рентабельності бізнесу (2); економічні показники мають різну назву (напр., рентабельність продажу: рентабельність обороту, комерційна маржа, коефіцієнт прибутковості) і тому доцільно створити державний стандарт на економічну термінологію (3); з позиції стратегії бізнесу працівників цікавить ефективність лише з погляду зростання доходу на одиницю витрат за допомогою внутрішніх чинників, але також треба враховувати вплив зовнішніх чинників (4); оскільки прибуток є результатом живої праці з урахуванням засобів та предметів праці, актуальним є визначення впливу кожної витратної величини (ресурсу) на розмір прибутку (5); оцінюючи ефективність бізнесу туристичного підприємства розглянуто не всі варіанти: більшість показників в економічній літературі є приватними, а результат не вимірюється комплексно (6); відсутні чи недостатньо обґрунтовані порогові значення базових показників ефективності: динаміка змін свідчить про покращення (погіршення) показника, але за відсутності нормативу рекомендації щодо підвищення ефективності бізнесу туристичного підприємства можуть бути вироблені за допомогою експертних оцінок (7); певні труднощі для практики становить безліч приватних показників, які дублюють економічні дані. За таких умов доцільно виділити: узагальнюючий показник; основні приватні показники; додаткові приватні показники (8); одним з недоліків, що не дозволяє всебічно та точно виміряти ефективність бізнесу підприємства є відсутність узагальнюючого чи інтегрального показника, який би дозволив виміряти рівень ефективності на макрорівні та мікрорівні (9); в сукупності показників відсутня логічна стрункість, єдність, взаємозв'язок, взаємозумовленість, системність (10); в економічній літературі відсутня різниця категорій «економічна ефективність» і «економічна ефективність бізнесу» (11). Наукове опрацювання даних висновків має стати напрямком подальших досліджень бізнесу туристичного підприємства.



Список використаних джерел:

1. Tsviliy S.M., Vasylychev D.V., Gurova D.D. Improvement of the qualification of small and micro-enterprise staff in the crisis conditions of business transformation. *Економічний вісник ДВНЗ «УДХТУ»*. 2020. №1 (11)/20. С. 50-60.
2. Tsviliy S., Vasylychev D., Gurova D. Transformation of the personnel management system of a typical hospitality enterprise into an innovative structure. *Економічний простір : Зб. наук. праць*. Дніпро : ПДАБА, 2020. № 164. С. 132.





Шкапа В. Р., здобувач вищої освіти

ОПП Облік і оподаткування

Науковий керівник – **Руденко О. В.**, к.е.н, доцент

завідувач кафедри обліку і оподаткування

Державний університет економіки і технологій

КРЕДИТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

Кредиторська заборгованість підприємства – це сума його боргу іншим особам, які стосовно цього підприємства називаються кредиторами. Методологічні засади формування у бухгалтерському обліку інформації про кредиторську заборгованість та її розкриття у фінансовій звітності визначає П(с)БО 11.[1]

Згідно з п. 4 П(с)БО 11 поточні зобов'язання – це зобов'язання, які будуть погашені протягом операційного циклу підприємства або повинні бути погашені протягом дванадцяти місяців починаючи з дати балансу. Довгострокові зобов'язання - це всі зобов'язання, які не є поточними.[1]

Сумнівна кредиторська заборгованість. Згідно з п. 4 П(с)БО 10 сумнівний борг - це поточна кредиторська заборгованість, щодо якої існує невпевненість в її погашенні боржником. У бухгалтерському обліку сумнівний борг відображається у розмірі резерву сумнівних боргів записом Дт 944» сумнівні та безнадійні борги «Кт 38»Резерв сумнівних боргів". Особливості визначення резерву встановлені пунктами 8 - 10 П(с)БО 10 і детально роз'яснюються в додатку до цього П(с)БО.

Безнадійна кредиторська товарна заборгованість. Згідно з п. 4 П(с)БО 10 безнадійна дебіторська заборгованість - це поточна кредиторська заборгованість, щодо якої існує впевненість у її неповерненні боржником або за якою минув строк позовної давності.

У бухгалтерському обліку така заборгованість списується на субрахунок 717 «Дохід від списання кредиторської заборгованості» (Дт 63, 68 тощо Кт 717). Якщо згодом заборгованість все-таки буде погашено, її поновлюють на балансі записом сторно за дебетом субрахунку обліку заборгованості (631 тощо) і кредитом субрахунку 717, якщо заборгованість погашається в тому самому році, в якому вона списувалась і визнавалася доходом, чи рахунку 44 «Нерозподілені прибутки (непокриті збитки)», якщо така заборгованість погашається в наступному році.[1]

До складу позичених фінансових ресурсів підприємств входить кредиторська заборгованість усіх видів, що виникає в розрахунках з іншими фізичними та юридичними особами – постачальниками, покупцями, бюджетом, органами соціального страхування, позабюджетними фондами, з робітниками і службовцями підприємства.[3]

Комерційний кредит надається одним підприємством іншому у вигляді відстрочення платежу за продані товари, виконані роботи, надані послуги або у вигляді авансових платежів підприємству-постачальнику за договорами



поставки продукції, виконання робіт або надання послуг. Комерційні кредити в товарній формі виникають у розрахунках за матеріальні цінності, виконані роботи, надані послуги. Вони передаються у власність підприємства-боржника на умовах угоди, в якій припускається відстрочення остаточного розрахунку на визначений термін і під проценти. [3]

Товарний кредит передбачає передання права на товари (результати виконаних робіт, наданих послуг) покупцеві в момент підписання договору або фактичного отримання товарів (виконаних робіт, наданих послуг) незалежно від часу погашення заборгованості. У відносинах, пов'язаних з наданням комерційного кредиту, поширеною формою оформлення товарного кредиту є видання підприємством векселів своїм постачальникам. [3]

В даний час, коли Україну охоплює криза платежів, коли дебіторсько-кредиторська заборгованість підприємств один одному досягла величезних сум, дослідження кредиторської заборгованості має велику актуальність. Кредиторська заборгованість, хоча і є тимчасовим залученням позикових засобів, в результаті негативно впливає на стан підприємств, оскільки наявність кредиторської заборгованості говорить про неплатоспроможності підприємства і підриває авторитет підприємства у покупців і замовників. Кредиторська заборгованість з великим терміном позовної давності підлягає віднесенню до бюджету, тобто остаточно вилучається з господарської діяльності підприємств-виробників.[2]

Економічна сутність кредиторської заборгованості полягає в тому, що це не тільки частина майна організації, як правило кошти, але і товарно-матеріальні цінності, наприклад у зобов'язаннях по товарному кредиті. Як правова категорія кредиторська заборгованість – особлива частина майна організації, що є предметом обов'язкових правовідносин між організацією і її кредиторами. Організація володіє і користується кредиторською заборгованістю, але вона зобов'язана повернути чи виплатити дану частину майна кредиторам, що мають права вимоги на неї. Дана частина майна суть борги організації, чуже майно, чужі кошти, що знаходяться у володінні організації-боржника. Таким чином, кредиторська заборгованість має двоїсту юридичну природу: як частина майна вона належить організації на праві володіння, чи навіть праві власності щодо отриманих позичково грошей чи речей, визначених родовими ознаками; як об'єкт зобов'язальних правовідносин – це борги організації перед кредиторами, тобто вповноваженими на витребування чи стягнення від організації зазначеної частини майна.[2]

Співвідношення між окремими видами кредиторської заборгованості визначається кожним підприємством індивідуально залежно від різних факторів, що впливають на його діяльність. Проте основним показником надійності і раціональності структури зобов'язань перед кредиторами виступає найменший ризик переривання діяльності компанії.

Для того щоб ефективно керувати боргами компанії необхідно, у першу чергу, визначити їхню оптимальну структуру для конкретного підприємства й у



конкретній ситуації: скласти бюджет кредиторської заборгованості, розробити систему показників (коефіцієнтів), що характеризують, як кількісну, так і якісну оцінку стану і розвитку відносин із кредиторами компанії і прийняти визначені значення таких показників за планові.[2]

Другим кроком у процесі оптимізації кредиторської заборгованості повинний бути аналіз у відповідності фактичних показників їх рамковому рівню, а також аналіз причин виниклих відхилень. На третьому етапі, у залежності від виявлених невідповідностей і причин їхнього виникнення, повинний бути розроблений і здійснений комплекс практичних заходів щодо приведення структури боргів у відповідність із плановими (оптимальними) параметрами. Для того, щоб відносини з кредиторами максимально відповідали цілям забезпечення фінансової стійкості (безпеки) компанії і збільшенню її прибутковості і конкурентноздатності, менеджменту компанії необхідно виробити чітку стратегічну лінію у відношенні характеру залучення і використання позикового капіталу.[2]

Отже, кредиторська заборгованість – це усі зобов’язання перед особами, у яких буди зайняті кошти. Поняття дуже різностороннє і класифікується за декількома критеріями.

Так як підприємство відповідає власним майном перед кредиторами, необхідно правильно керувати заборгованістю. А для цього потрібно робити дві речі: по-перше, розробити планові показники, що характеризують кількісну і якісну оцінку відносин з кредиторами. По-друге, має місце проведення аналізу фактичних показників, як об’єктивно, так і у відношенні з плановими показниками.

Список використаних джерел:

1. Облік дебіторської та кредиторської заборгованості. URL: <http://www.visnuk.com.ua/ua/pubs/id/8329>
2. Загальні відомості про кредиторську заборгованість. URL: <https://vuzlit.ru/1768812/vstup>
3. Фінансові ресурси підприємства. URL: https://pidru4niki.com/84351/ekonomika/finansovi_resursi_pidpriyemstva





Яловега Л.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Лега О.В., к.е.н, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Прийдак Т.Б., к.е.н, доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

ПІДСОБНІ (ПРОМИСЛОВІ) ВИРОБНИЦТВА: ОСОБЛИВОСТІ КАЛЬКУЛЮВАННЯ

Згідно Господарського кодексу України поряд із виробництвом сільськогосподарської продукції аграрні підприємства можуть займатися будь-якими видами діяльності, що не заборонені чинним законодавством. Більше того, підсобні (промислові) виробництва здійснюють свою діяльність згідно із самостійно розробленою та затвердженою підприємством структурою виробництва продукції на підставі внутрішньогосподарських відносин.

Значення підсобних (промислових) виробництв:

- створюються там, де є необхідна сировина;
- сприяють зменшенню витрат за рахунок більш повного використання відходів переробки сільськогосподарської продукції як корму для годівлі тварин, що є економічно вигідним;
- забезпечують власні потреби підприємства і його працівників у продукції переробки;
- підвищують зайнятість працівників сільського господарства, якому притаманне сезонне виробництво;
- реалізація продукції переробки є більш економічно вигідною порівняно з реалізацією сільськогосподарської продукції, як сировини заготівельним організаціям.

Об'єктами обліку витрат підсобних (промислових) виробництв є їх види: млин, крупорушка, олійниця, сепараторний цех, цех для переробки овочів і фруктів, цегельний цех, первинна обробка льону та луб'яних культур, забійне виробництво, лісопилне виробництво та інші.

Для обліку витрат та виходу продукції підсобних (промислових) виробництв передбачено субрахунок 233 «Підсобні (промислові) виробництва», де за дебетом обліковують прямі витрати у розрізі статей (витрати на оплату праці, ЄСВ, сировина й матеріали, роботи та послуги, витрати на утримання основних засобів, інші витрати, витрати на обслуговування та управління), а за кредитом рахунка оприбуткування продукції – основної та побічної [2].

Методика калькулювання собівартості продукції підсобних (промислових) виробництв регламентовано Методичними рекомендаціями з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємства № 132 від 18.05.2001 р. Порядок калькулювання одиниць продукції у розрізі об'єктів підсобних (промислових) виробництв наведено у табл. 1.

Важливого значення для обліку підсобних (промислових) виробництв має



давальницька сировина. Термін «давальницька сировина» наведено у пп.14.1.41 ст.14 ПКУ і тотожне поняттю «матеріал замовника» ст. 840 ЦКУ.

Таблиця 1

Алгоритм розрахунку собівартості продукції (послуг) підсобних (промислових) виробництв [1]

Об'єкти обліку витрат	Калькуляційна одиниця	Алгоритм розрахунку собівартості калькуляційної одиниці
Млин, Крупорушка, Олійниця	<i>1 ц переробки</i> <i>1 ц борошна</i> <i>1 ц дерті</i> <i>1 ц олії</i>	<i>С/б 1 ц переробки</i> = (загальні витрати на утримання млина, без вартості власного зерна, що перероблялося) : кількість переробленого зерна (власного + давальницького). <i>С/б 1 ц борошна (дерті)</i> = (вартість власного зерна, що перероблялося + витрати пов'язані з переробкою цього зерна, без вартості побічної продукції) : кількість одержаного борошна. <i>С/б 1 ц олії</i> = (вартість власного насіння, що перероблялося + витрати пов'язані з його переробкою, без вартості побічної продукції) : кількість одержаної олії.
Забійна площадка	<i>1 ц м'яса окремих видів тварин (птиці)</i>	<i>С/б 1 ц м'яса окремих видів тварин (птиці)</i> = (вартість тварин (птиці) + витрати на забій, без вартості побічної продукції (шкіри, субпродуктів першої та другої категорії (пух, пір'я, нестандартні тушки, кров, лівер))) : к-ть одержаного м'яса. Витрати між основною і супутньою продукцією (м'ясо, сало) розподіляються пропорційно до їх вартості за цінами реалізації.
Цегельний завод	<i>окремий переділ</i>	<i>I переділ</i> – розраховуються витрати на одержання 1000 штук цеглин-сирцю <i>II переділ</i> – розраховується собівартість 1000 штук випаленої цегли. Витрати кожного попереднього переділу є витратами наступного переділу.
Лісопильне виробництво	<i>1 м 3 ділової деревини</i> <i>1 м 3 пиломатеріалів</i>	<i>С/б 1 м 3 ділової деревини</i> = витрати включаючи плату за деревину, реалізовану на пні, без вартості побічної продукції : к-ть одержаної продукції <i>С/б 1 м 3 пиломатеріалів</i> = (вартість розпиляної деревини (когод), заготовленої власними силами та придбаної + витрат на її розпилювання, без вартості побічної продукції (обрізки, тирса)) : к-ть отриманих пиломатеріалів





Об'єкти обліку витрат	Калькуляційна одиниця	Алгоритм розрахунку собівартості калькуляційної одиниці
Сепараторний цех	1 ц молочної продукції (вершків, масла, сметани)	<p><i>С/б 1 ц окремого виду молочної продукції</i> = розподілені витрати : кількість одержаної молочної продукції, відповідного виду.</p> <p>У разі якщо сільськогосподарське підприємство має свій молокозавод, то облік витрат ведуть за технологічними переділами.</p> <p><i>С/б 1 ц масла</i> = (вартість вершків, що перероблялися на масло + витрати на їх переробку, без вартості побічної продукції) : к-ть одержаного вершкового масла.</p>

Відповідно до п. 14.1 ст. 14 Податкового кодексу України, давальницька сировина – це сировина, матеріали, напівфабрикати, комплектуючі вироби, енергоносії, що є власністю одного суб'єкта господарювання (замовника) і передаються іншому суб'єкту господарювання (виробнику) для виробництва готової продукції, з подальшим переданням або поверненням такої продукції або її частини власникові або за його дорученням іншій особі [3].

Наявність давальницької сировини у підсобних (промислових) виробництвах у таких видів виробництв, як млин, крупорушка, олійниця передбачає розрахунок додаткової калькуляційної одиниці – 1 ц переробки.

Впродовж року продукція підсобних (промислових) виробництв оприбутковується в оцінці за плановою собівартістю, а в кінці року розраховується фактична та здійснюється коригування планової собівартості до рівня фактичної, шляхом використання одного з двох методів коригування собівартості.

Оприбуткування продукції підсобних (промислових) виробництв наведено у табл. 2.

Таблиця 2

Оприбуткування продукції підсобних (промислових) виробництв

Зміст господарських операцій	Дебет	Кредит
1. Оприбутковано побічну продукцію (висівки, макуха, знежирене молоко, шкіра, тощо)	208	233
2. Оприбутковано готову продукцію (борошно, олію, вершки, м'ясо, сало тощо)	26	233
3. Реалізовано послуги з переробки давальницької сировини	903	233

Отже, підсобні (промислові) виробництва мають особливе значення для розвитку кожного суб'єкта господарювання аграрного сектора, адже забезпечують підвищення ефективності господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Методичні рекомендації з планування, обліку і калькулювання собівартості продукції (робіт, послуг) сільськогосподарських підприємств № 132 від 18 травня 2001 р. [URL:http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm](http://www.uazakon.com/big/text1528/pg1.htm).



(дата звернення 23.03.2022).

2. Національне Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати»: Наказ Міністерства Фінансів України № 318 від 31 грудня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL:<http://www.zakon.rada.kiev.ua>. (дата звернення 20.03.2022).

3. Яловега Л. В., Лега О. В., Прийдак Т. Б. Давальницька сировина: особливості документування в умовах автоматизованого обліку. *Проблеми обліково-аналітичного забезпечення управління підприємницькою діяльністю: матеріали II Міжнар. наук. – практ. конф. (м. Полтава, 21 квітня 2021 р.)* / за ред. Пилипенко К. А. Полтава : ПДАУ, 2021. С. 514-518.



РОЗДІЛ 3. ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ





Голов'єй Ю.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Карпова В.В.**, к.е.н.,
доцент кафедри митної справи,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ОСОБЛИВОСТІ ЗСТОСУВАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІД ЧАС ДІЇ РЕЖИМУ ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Змінами, внесеними Законом України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» від 15.03.2022 р. № 2120-IX [1] в Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [2] встановлено новації щодо застосування спрощеної системи оподаткування під час дії режиму воєнного стану.

Так, відповідно до норм п. 9.2 підрозділу 8 розділу XX Податкового кодексу України [2] платниками єдиного податку третьої групи можуть бути фізичні особи - підприємці та юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми, у яких протягом календарного року обсяг доходу не перевищує 10 мільярдів гривень. До таких осіб не застосовується обмеження щодо кількості осіб, які перебувають з ними у трудових відносинах.

Відсоткова ставка єдиного податку для платників єдиного податку третьої групи, які використовують особливості оподаткування, встановлені цим пунктом, встановлюється у розмірі 2 % доходу (п. 9.4 підрозділу 8 розділу XX Податкового кодексу України [2]).

Водночас ця новація несе певні ризики втрат бюджету, які мають бути обов'язково обраховані особливо з огляду на необхідність зростання бюджетних видатків на утримання армії, на державне оборонне замовлення та видатків соціального характеру.

Зокрема, за підсумками 2020 року єдиний податок склав в доходах місцевих бюджетів частку 8,1 % або 38 031 млн. гривень [3]. За 2021 рік надходження єдиного податку склали 46,3 млрд гривень.

Зменшення ставки єдиного податку на 3 % неминуче призведе до втрат місцевих бюджетів. Вплив такого зменшення можна спрогнозувати на підставі більш детальної інформації щодо надходжень єдиного податку у розрізі окремих груп платників податку. До того ж ефект від зменшення податкових надходжень підсилиться за рахунок того, що фізичні особи-підприємці першої та другої груп взагалі звільнені від сплати податків.

Окрім того необхідно підрахувати втрати бюджету від несплати:

- ПДВ тими платниками ПДВ, як перейдуть на застосування ставки єдиного податку у розмірі 2 % без ПДВ;

- податку на прибуток платниками-юридичними особами, які перейдуть на спрощену систему зі загальної системи оподаткування;

- податку на доходи фізичних осіб підприємцями, які перейдуть на спрощену систему зі загальної системи оподаткування.



Слід також зазначити, що введені новації є вигідними для більшості високоприбуткових юридичних осіб-платників податку, які застосовують загальну систему оподаткування.

Так, у разі застосування ставки єдиного податку в розмірі 2 % порядок розрахунку цього податку у формульному вигляді можна представити так:

$$\text{ЄП2} = \text{Д} \times 0,02 \quad (1),$$

де ЄП2 – сума єдиного податку, який сплачується за ставкою 2 %, грн;

Д – доходи від реалізації продукції (виручка, отримана в готівковій або безготівковій формі), грн.

Розрахунок податку на прибуток на загальній системі оподаткування (податок на прибуток без урахування ПДВ) можна виразити так:

$$\text{ПП} = \text{П} \times 0,18 \quad (2),$$

де ПП – податок на прибуток, грн;

П – прибуток (фінансовий результат до оподаткування), визначений за даними бухгалтерського обліку, грн.

Порівняємо ці дані зі сплатою єдиного податку за ставкою 2 %.

$$\text{П} \times 0,18 < \text{Д} \times 0,02 \quad (3).$$

Отже, виходить такий результат:

$$\text{П} < 0,1111 \times \text{Д} \quad (4).$$

Результати свідчать про те, що сплата єдиного податку за ставкою 2 % є більш вигідною в порівнянні зі сплатою податку на прибуток, якщо прибуток становить більше ніж 11,11 % від ціни товарів (робіт, послуг), що є розповсюдженим на практиці. Тому можна припустити, що кількість високоприбуткових платників податку на прибуток, які перейдуть на застосування 2 % ставки єдиного податку буде суттєвою.

Враховуючи зазначене, доцільно на підставі додаткової інформації провести аналіз втрат бюджету від впровадження спеціальних правил оподаткування єдиним податком за ставкою 2 %. За результатами проведеного аналізу можна дійти висновків про необхідність внесення відповідних коригувань в особливий порядок оподаткування осіб, передбачений пп. 9.2-9.10 підрозділу 8 розділу ХХ Податкового кодексу України [2].

Як альтернативний варіант підтримки можна запропонувати всім платникам податку на прибуток незалежно від розміру річного доходу на періоди, в яких діє правовий режим воєнного стану, за нормами пп. 134.1.1 Податкового кодексу України [2] не проводити коригування фінансового результату до оподаткування на всі різниці (крім від'ємного значення об'єкта



оподаткування минулих податкових (звітних) років та коригувань, визначених підпунктом 140.4.8 пункту 140.4 та підпунктом 140.5.16 пункту 140.5 статті 140 Податкового кодексу України), визначені відповідно до положень розділу III Податкового кодексу України. Це дозволить вирішити багато проблем із застосуванням податкових різниць, які є недоцільними в умовах дії правового режиму воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану. Закон України № 2120-IX від 15.03.2022 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>.

2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

3. Міністерство фінансів України. Бюджет України 2020. URL: <https://mof.gov.ua/uk/statistichnij-zbirnik>.





Дідович А., здобувач вищої освіти
СВО-Магістр ОПП «Облік і оподаткування»
Науковий керівник - **Лега О. В.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

Куліш Ю. В., здобувач вищої освіти ОС «Бакалавр»
ОП «Облік і оподаткування», група Оп-12 Сп
Науковий керівник - **Прокопишин О. С.**, к. е. н., доцент
Львівський національний університет природокористування

БЮДЖЕТОУТВОРЮЮЧА РОЛЬ ПОДАТКУ НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Важливою бюджетонаповнювальною складовою є ПДФО. Цей податок можна ототожнити з інструментом прямого оподаткування у системі оподаткування України, який має мобільніший і динамічніший характер, ніж інші складові прямих податків. Податкові надходження складають суттєвий відсоток у дохідній частині бюджету у більшості країн, в т.ч. і України. Станом на 01.10.2021 р. згідно даних МФУ питома вага надходжень до державного бюджету представлено на рис. 1.

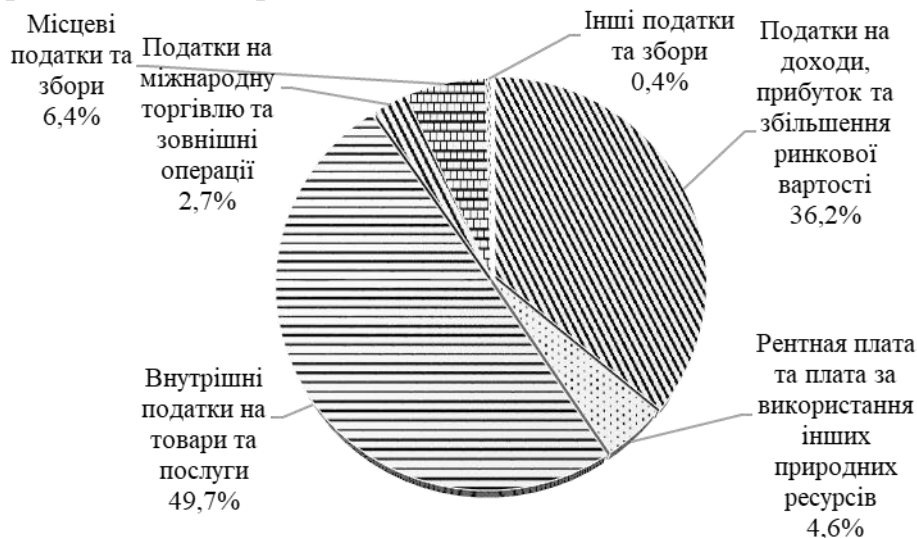


Рис. 1. Структура податкових надходжень до державного бюджету (зведений) на 01.10.2021 р., %*

*узагальнено на підставі [1]

Отже, найбільшу питому вагу у структурі займають надходження з внутрішніх податків на товари та послуги (49,7%, 505734,3 млн. грн): ПДВ з імпортованих товарів, ПДВ з вітчизняних товарів та акциз з вироблених та ввезених підакцизних товарів; на другому місці – податки на доходи та прибуток (36,2 %, 367981,6 млн. грн). Станом на 1 жовтня сума надходжень від ПДФО склала 248506 млн. грн, що становить 21,06 % у структурі податкових та неподаткових надходжень до зведеного бюджету України.

Оцінка даних Міністерства фінансів України про доходи Державного



бюджету України, до яких входять надходження до загального та спеціального фондів держбюджету, дає можливість оцінити динаміку структури податкових надходжень, в тому числі і ПДФО (табл. 1). Отже, податки на доходи склали в середньому за 2004–2020 рр. складають 21,2%, найбільшу частку з яких займає податок на доходи фізичних осіб – 11,9 % і податок на прибуток – 9,2 %. Податок на доходи фізичних осіб займають третє місце у складі податкових надходжень та перше місце у складі податків та доходи.

Таблиця 1

Динаміка структури доходів державного бюджету України за статтями доходів за 2014 – 2020 рр., %*

Статті доходів	Роки						
	2014.	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Податкові надходження	78,46	76,57	81,76	79,06	79,79	82,98	82,57
Податки на доходи, прибуток	14,73	14,93	18,52	17,89	21,49	30,45	30,04
ПДФО	3,54	8,43	9,71	9,46	9,56	21,36	21,44
РП	5,33	7,44	7,15	6,13	4,47	4,03	4,15
Внутрішні податки на товари та послуги	51,52	45,18	52,84	53,23	51,03	39,99	40,27
Податки на міжнародну торгівлю та зовнішні операції	3,53	7,54	3,31	3,09	2,76	2,31	2,19
Збори на паливно-енергетичні ресурси	1,68	1,36	0,05	0,00	0,00	5,70	5,50
Місцеві податки та збори	-	-	-	0,09	-	2,73	2,76
Інші податки та збори	1,68	0,12	-0,10	-1,38	0,03	0,47	0,39
Неподаткові надходження	19,14	22,44	16,82	16,19	19,16	17,02	17,43
Усього	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

*узагальнено на підставі [1]

З початку вторгнення країни-агресора до 28 лютого обсяг розміщених коштів населення на рахунках найбільших банків зріс, зазначають в Нацбанку. Зростання відбулося внаслідок надходження значних виплат наприкінці місяця на рахунки клієнтів банків, у тому числі заробітних плат [2]. Протягом березня здійснено авансові платежі за розрахунки з оплати праці для наповнення «бюджету». Щоб не порушувати вимоги законодавства на підприємствах, в основному, основну суму заробітної плати виплатили на початку місяця (як аванс), невеликий залишок виплатили (виплатять – примітка, сьогодні 19.03.2022), у терміни встановлені у колективному договорі.

Президент України Володимир Зеленський та прем'єр-міністр Денис Шмиголь закликали українців до відновлення виробництва, адже економіка повинна працювати, податки – сплачуватися, заробітні плати – виплачуватися і т.д. З переформатуванням економічної моделі України (сплата 2% від обігу замість ПДВ та податку на прибуток, добровільною сплатою єдиного податку), ПДФО стає одним з основним бюджетоутворюючим податком. Оскільки



введення воєнного стану не знімає з роботодавця обов'язку виплачувати працівнику заробітну плату або середню заробітну плату, якщо працівник продовжує виконувати роботу або законом для такого працівника передбачене здійснення відповідних нарахувань та виплат. У разі невиплати заробітної плати, так само як і у мирний час, буде підніматися питання про притягнення уповноваженої особи роботодавця до відповідальності [3].

На рис. 2 представлено порядок оподаткування доходів фізичних осіб у частині заробітної плати у 2022 році.

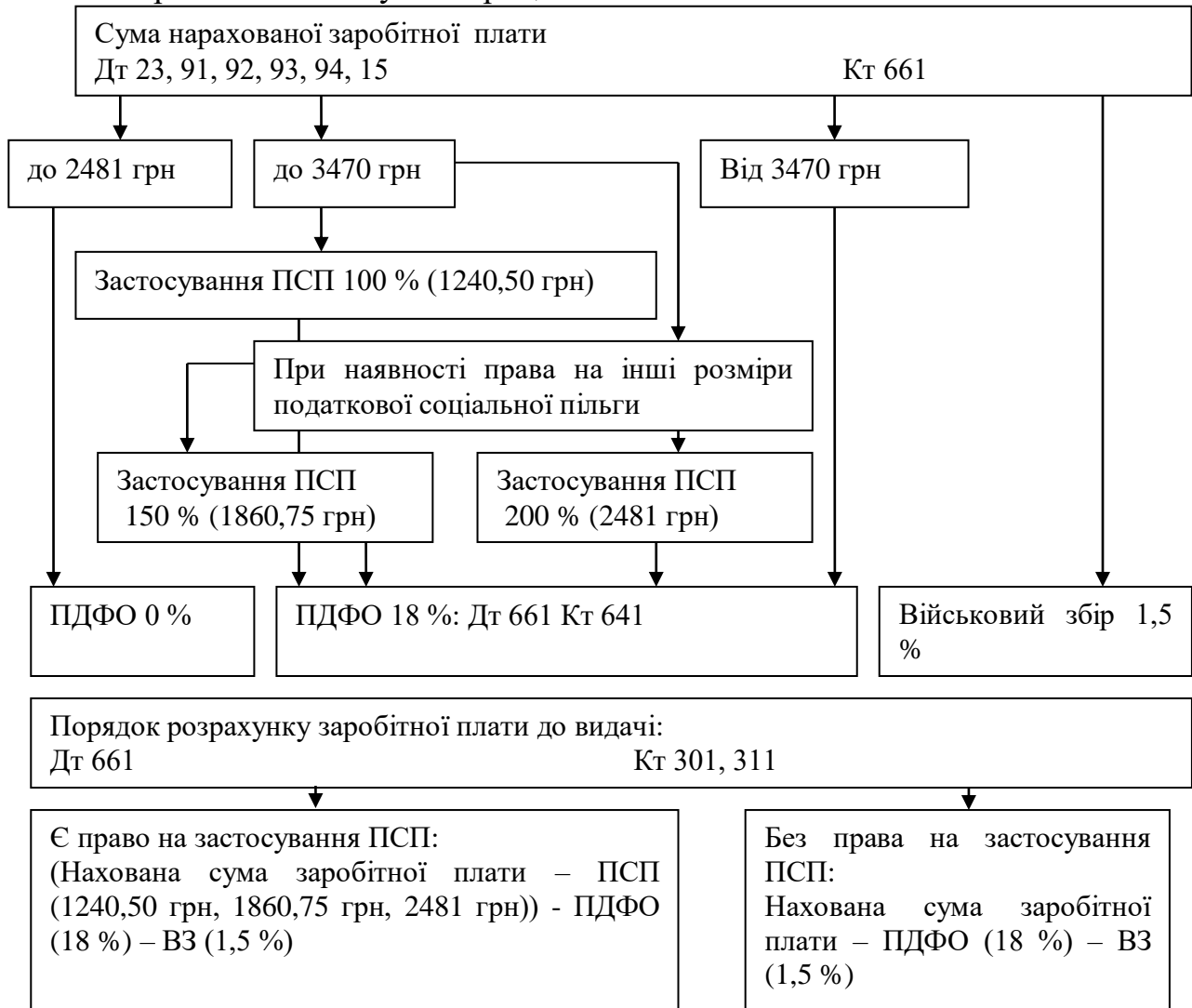


Рис. 2. Порядок оподаткування доходів фізичних осіб у частині заробітної плати, 2022 р.*

*авторська розробка

Таким чином, роботодавці та працівники мають достатньо механізмів, аби оформити свої взаємовідносини під час воєнного стану з урахуванням інтересів та можливостей обох сторін. Крім того, Державою під час війни також вживаються безпрецедентні заходи з метою підтримання життєдіяльності підприємств та громадян у цей нелегкий час [3].



З іншого боку, станом на ранок 28.02.2022 р. ДПС продовжує забезпечувати ведення обліку податків, зборів, платежів та єдиного внеску з метою наповнення бюджету. Тому надзвичайно важливим є швидке відновлення функціонування робочих місць. Налагодження виробництв, повернення бізнесу впливає на логістику постачання та збуту, фінанси, кадрове наповнення, забезпечення безперебійності експортних поставок. Крім того, відновлення бізнесу – це запорука економічної та податкової безпеки держави у військовий час.

Список використаних джерел:

1. Доходи державного бюджету. URL: <https://index.minfin.com.ua/ua/finance/budget/gov/income/>. (дата звернення 20.03.2022).
2. Діденко С. В умовах воєнного стану: функціонування фінансового сектору сьогодні. 20.03.2022. URL: <https://ua.news/ua/v-uslovyiah-voennogo-polozhenyia-funktsyonyrovanye-fynansovogo-sektora-segodnya/> (дата звернення 20.03.2022).
3. Пилипенко Г. Оплата праці під час війни: що робити підприємствам, що вимушено зупинили роботу. 15 березня 2022. URL: https://biz.ligazakon.net/analytics/209967_oplata-prats-pd-chas-vyni-shcho-robiti-pdprimstvam-shcho-vimusheno-zupinili-robotu (дата звернення 20.03.2022).





Довгаль А. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр, ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Лега О. В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Полтавський державний аграрний університет

Трегубенко В. В., здобувач вищої освіти,
група 211, спеціальність Фінанси, банківська справа і страхування
Науковий керівник - **Дранус В. В.**,
к.е.н., доцент кафедри фінансів і кредиту
Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ПДФО: КОНТРОЛЬ ЗА НАРАХУВАННЯМ ТА СПЛАТОЮ

Фінансове забезпечення функціонування держави реалізується через надходження, які справляються до Державного бюджету України. Згідно класифікації Бюджетного Кодексу України виділяють чотири основні джерела надходжень до Державного бюджету: податкові, неподаткові надходження, доходи від операцій з капіталом та трансферти [1]. Основним джерелом доходів бюджету є податкові надходження, які, в свою чергу, займають вагомую роль у забезпеченні соціально-економічного розвитку держави. Податок на доходи фізичних осіб (далі – ПДФО) є одним із найважливіших національних податків в Україні. Це пов'язано з тим, що за часткою як джерело поповнення державного бюджету він займає друге місце і поступається лише податку на прибуток підприємств.

ПДФО належить до числа загальнодержавних податків, нарахування та сплата якого регламентується Податковим кодексом України (далі – ПКУ). Платниками податку являються як резиденти, так і нерезиденти, а також податкові агенти. Утримання та сплата ПДФО здійснюється як роботодавцями, так і фізичними особами-підприємцями та особами, які здійснюють індивідуальну професійну діяльність [2].

Об'єктом оподаткування ПДФО є сукупний місячний (річний) дохід, що підлягає оподаткуванню, з джерелом виникнення в Україні, іноземні доходи – для платника-резидента [3].

Аналізуючи основні аспекти нарахування та сплати ПДФО (табл. 1), необхідно зазначити, що суттєві зміни в оподаткування доходів фізичних осіб були запроваджені Законом України «Про запобігання фінансової катастрофи та створення передумов для економічного зростання в Україні» від 31.03.2014 №1166-VII.

Таблиця 1

Ретроспективний аналіз ставки ПДФО

Роки	МЗП на 1 січня, грн.	Ставки ПДФО
2013	1147	15% до 11470 грн. (1147*10 МЗП у розрахунку на місяць), 17 %
2014	1218	15% до 12180 грн. (1218*10 МЗП у розрахунку на місяць), 17 %



Роки	МЗП на 1 січня, грн.	Ставки ПДФО
2015	1218	15% до 12180 грн. (1218 *10 МЗП у розрахунку на місяць), 20%
2016	1378	18%
2017	3200	18%
2018	3723	18%
2019	4173	18%
2020	4723	18%
2021	6000	18%
2022	6500	18%

Зменшення ставки ЄСВ для роботодавців до 22%, а також скасування вимоги щодо утримання її із заробітної плати працівників у розмірі 3,6%, сприяли зростанню ПДФО з 15% до 18%.

Нижче (рис. 1) наведено ставки ПДФО, що визначені законодавством та підлягають сплаті до бюджету [2].

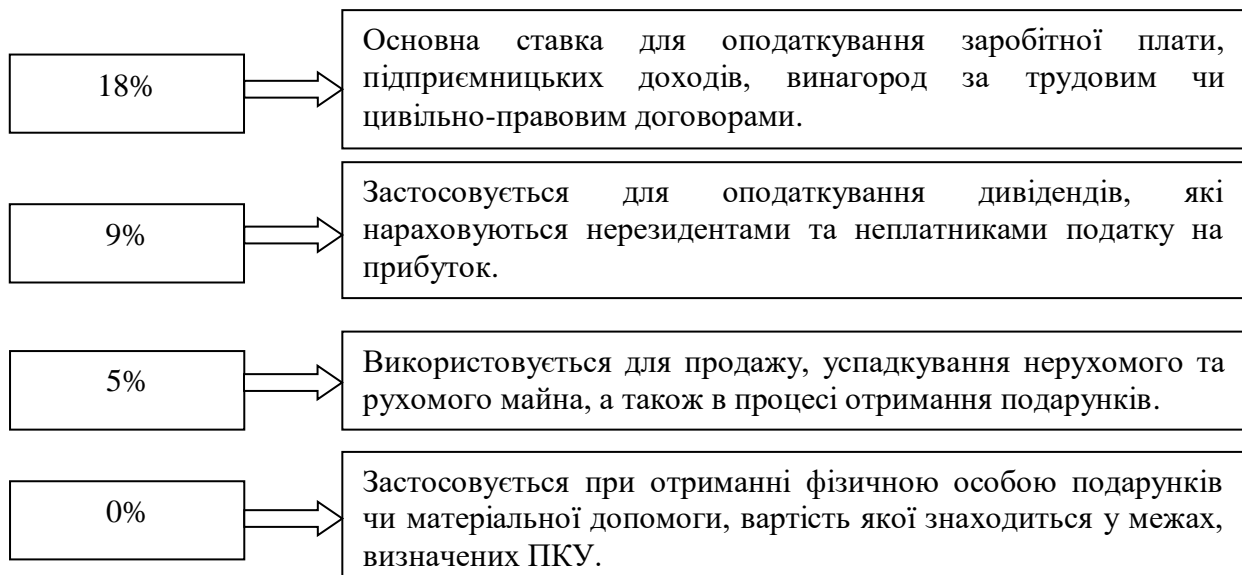


Рис. 1 Ставки ПДФО

Безумовно, що розмір та порядок нарахувань ПДФО, їх відображення на рахунках синтетичного та аналітичного обліку; складання фінансової звітності; терміни сплати; призначення осіб, відповідальних за певні етапи та процеси; порядок контролю визначаються відповідними нормативними законодавчими актами України.

Тому ретельне дотримання даної законодавчої бази вже забезпечує правильність проведення операцій з ПДФО. Проте головною проблемою є витрати значної кількості часу та, відповідно, додаткових ресурсів, необхідних для цієї діяльності. Саме тому важливе місце в процесі справляння як ПДФО, так і податків в цілому, займає податковий контроль.

Податковий контроль – це сукупність заходів, що здійснюються контролюючими органами, що забезпечує правильність нарахування податків,



своєчасність та повноту їх сплати, дотримання чинного законодавства в напрямках регулювання обігу готівки, здійснення касових та розрахункових операцій, ліцензування та іншого законодавства, контроль за виконанням якого здійснюється контролюючими органами [2].

Найефективнішою формою виявлення ухилення від сплати податків, зборів (обов'язкових платежів) є податкова перевірка. Податкова перевірка – це основна форма податкового контролю, яка являє собою комплекс процесуальних дій уповноважених органів з контролю за дотриманням податкового законодавства і здійснюється шляхом співставлення звітних даних платників податків з фактичним станом його фінансово-господарської діяльності [4]

Однією з важливих складових мети податкового контролю є виявлення можливих відхилень та змін показників від вимог законодавства, накладення штрафів на підприємство та стягнень за помилки та порушення, виявлені в результаті перевірки [4].

Ціль податкового контролю розрахунків з бюджетом з ПДФО полягає в підтвердженні правильності нарахованих сум податку на доходи фізичних осіб, повноти та своєчасності його сплати до місцевого та державного бюджетів, відповідно до чинного законодавства України.

Головними завданнями податкового контролю розрахунків із бюджетом за ПДФО є [5]:

1. Вивчення використовуваних форм та систем винагород, що використовує підприємство та виявлення їх впливу на систему розрахунків з бюджетом за ПДФО.
2. Ознайомлення з організацією бухгалтерських розрахунків із бюджетом з ПДФО на підприємстві.
3. Перевірка правильності складання реєстрів бухгалтерського обліку.
4. Дослідження законності застосування податкових соціальних пільг при розрахунках ПДФО.
5. Контроль за правильністю формування сукупного оподаткованого доходу щодо кожного працівника.
6. Перевірка правильності обчислення суми, що підлягає сплаті.
7. Перевірка повноти та своєчасності сплати ПДФО до бюджету.
8. Перевірка дотримання порядку самостійності у знаходженні та виправленні помилок в бухгалтерському обліку та звітності з ПДФО.

Для уникнення порушень в майбутньому, роботодавцю необхідно покращувати кваліфікацію працюючих, що відповідальні за облік та нарахування податків; запровадження та покращення ведення автоматизації обліку, що є досить ефективним інструментом для боротьби та запобігань можливих зловживань, а також інструментом для прискорення та уникненню помилок, що пов'язані з людським чинником. Отже, контроль, в першу чергу, має бути застосований для попередження виникнення можливих порушень та помилок.



Список використаних джерел:

1. Лега О.В., Яловега Л.В., Прийдак Т.Б. Аналіз податкових надходжень до державного бюджету України *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти*: матеріали II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, 18-20 березня 2020 р. Львів: ЛНАУ, 2020. С. 209 - 212. URL: <http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/bitstream/123456789/8754/1/Zbirnyk%20a0%20a0oblik%20a0ЛНАУ%20a018-20.03.2020.pdf>
2. Податковий кодекс України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17#Text>
3. Бухгалтерський облік: навч. посіб. / Н. Є. Скоробогатова. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2017. – 248 с. <http://ied.kpi.ua/wp-content/uploads/2015/10/%D0%91%D1%83%D1%85%D0%B3%D0%B0%D0%BB%D1%82%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%8C%D0%BA%D0%B8%D0%B9-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%BA.pdf>
3. Лега О.В. Податкова перевірка як форма реалізації податкового контролю. URL: <http://www.pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/4.3/90.pdf> (дата звернення 27.03.2022).
5. Пилипенко К. А., Карпенко Н. Г. Податковий контроль за розрахунками з бюджетом за податком на доходи фізичних осіб. URL: <http://dSPACE.pdaa.edu.ua:8080/handle/123456789/1850>





Клюйко С. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Карпова В.В.**, к.е.н.,
доцент кафедри митної справи,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ПОРІВНЯННЯ ЗАСТОСУВАННЯ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ЗА СТАВКОЮ 2 % ТА ЄДИНОГО ПОДАТКУ В 4 ГРУПІ

В період введення правового режиму воєнного стану в Україні [1, 3] для підтримання вітчизняних товаровиробників в Податковому кодексі України [2] (далі – ПКУ), передбачена можливість переходу платників єдиного податку 4 групи сільськогосподарських товаровиробників в 3 групу платників єдиного податку із застосуванням ставки єдиного податку 2 %. У зв'язку з цим у суб'єктів господарювання виникають питання: чи варто платнику 4 групи переходити в 3 групу з застосуванням 2 % ставки єдиного податку?

Однозначної відповіді на питання щодо доцільності переходу на спрощену систему оподаткування за ставкою єдиного податку 2 % немає. Адже все залежить від конкретних умов господарювання.

Враховуючи зазначене доцільно порівняти основні показники, пов'язані з застосуванням обох груп єдиного податку. Аналіз порядку оподаткування єдиним податком в 3 групі за ставкою 2 % та в 4 групі платників єдиного податку наведено в таблиці:

Таблиця

Аналіз порядку оподаткування єдиним податком в 3 групі за ставкою 2 % та в 4 групі

№ з/п	Показник	Єдиний податок	
		3 група за ставкою 2 %	4 група
1	Об'єкт та база оподаткування	<p>Дохід платника єдиного податку (п. 292.1 ПКУ):</p> <p>1) для фізичної особи - підприємця - дохід, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі, визначеній п. 292.3 ПКУ;</p> <p>2) для юридичної особи - будь-який дохід, включаючи дохід представництв, філій, відділень такої юридичної особи, отриманий протягом податкового (звітного) періоду в грошовій формі (готівковій та/або</p>	<p>Об'єктом оподаткування є площа сільгоспугідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) та/або земель водного фонду (внутрішніх водойм, озер, ставків, водосховищ), що перебуває у власності сільгосптоваровиробника або надана йому у користування, у тому числі на умовах оренди (п. 292¹.1 ПКУ).</p> <p>Базою оподаткування податком для платників єдиного податку четвертої групи для сільгосптоваровиробників є нормативна грошова оцінка 1 гектара сільгоспугідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого ПКУ для справляння плати за землю (п. 292¹.2</p>





№ з/п	Показник	Єдиний податок	
		3 група за ставкою 2 %	4 група
		безготівковій); матеріальній або нематеріальній формі, визначеній п. 292.3 ПКУ	ПКУ). Базою оподаткування є нормативна грошова оцінка 1 гектара сільгоспугідь (ріллі, сіножатей, пасовищ і багаторічних насаджень) з урахуванням коефіцієнта індексації, визначеного станом на 1 січня базового податкового (звітного) року відповідно до порядку, встановленого ПКУ для справляння плати за землю
2	Ставка оподаткування	2 % доходу	Ставку визначають у відсотках бази оподаткування: для ріллі, сіножатей і пасовищ (крім ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, а також сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту) - 0,95; для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,57; для багаторічних насаджень (крім багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях) - 0,57; для багаторічних насаджень, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях, - 0,19; для земель водного фонду - 2,43; для сільськогосподарських угідь, що перебувають в умовах закритого ґрунту, - 6,33; для сільгоспугідь, на яких розташовані будівлі, споруди сільгосптоваровиробників (юридичних та фізичних осіб), віднесені до підкласу "Будівлі для птахівництва" (код 1271.2) Державного класифікатора будівель та споруд ДК 018-2000, або для сільськогосподарських угідь, які використовуються для обслуговування таких будівель, споруд, з урахуванням даних Державного земельного кадастру, - 50
3	Від яких податків звільнені	Податок на прибуток підприємств, крім випадків, передбачених абз. 2, 3 пп. 133.1.1 та пп. 133.1.4 ПКУ	
		Податок на доходи фізичних осіб у частині доходів (об'єкта	





№ з/п	Показник	Єдиний податок	
		3 група за ставкою 2 %	4 група
	платники	оподаткування), що отримані в результаті господарської діяльності платника єдиного (фізичної особи) та оподатковані згідно з главою 1 розділу XIV «Спеціальні податкові режими» ПКУ	
		ПДВ за операціями з постачання товарів, робіт та послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України, та при ввезенні товарів на митну територію України	X
		Податок на майно в частині земельного податку за земельні ділянки, що використовуються платниками єдиного податку для провадження господарської діяльності (крім діяльності з надання земельних ділянок та/або нерухомого майна, що знаходиться на таких земельних ділянках, в оренду (найм), позичку, на іншому праві користування) та платниками єдиного податку четвертої групи для ведення сільськогосподарського товаровиробництва	
		X	Рентна плата за спеціальне використання води
4		Податковий період	Календарний місяць
5	Термін сплати податку	30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) місяця	Податок сплачують щоквартально протягом 30 календарних днів, що настають за останнім календарним днем податкового (звітного) кварталу, у таких розмірах (пп. 295.9.2 ПКУ): у I кварталі – 10 %; у II кварталі - 10 %; у III кварталі - 50 %; у IV кварталі – 30%

На підставі результатів проведеного аналізу суб'єкти господарювання-сільськогосподарські товаровиробники, платники єдиного податку 4 групи, можуть прийняти рішення щодо доцільності переходу в 3 групу платників єдиного податку за ставкою 2 %.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні». Закон України № 2102-IX від 24.02.2022 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>.
2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24.02.2022 р. № 64/2022. URL: <https://president.gov.ua/documents/642022-41397>.





Кордюкова В.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Карпова В.В.**, к.е.н.,
доцент кафедри митної справи,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Зовнішньоекономічна діяльність є важливою складовою політики будь-якої держави, в тому числі й України. В умовах необхідності залучення фінансових ресурсів, досягнення позитивного сальдо торгового балансу та підвищення рівня ВВП особливого значення набуває податкове стимулювання взаємозв'язків з іноземними партнерами. В період введення правового режиму воєнного стану в Україні [2, 4] необхідність підтримання зовнішньоекономічних відносин зростає. Адже попит населення на товари за таких часів збільшується, а можливості виробництва вітчизняних товарів обмежені.

Водночас аналіз діючих норм Податкового кодексу України [3] свідчить про наявні недоліки в оподаткуванні нерезидентів. Зокрема, одна із проблем в оподаткуванні нерезидентів полягає в такому.

Відповідно до норм п. 64.5 Податкового кодексу України [3] зобов'язані стати на облік у контролюючих органах нерезиденти (іноземні юридичні компанії, організації), які:

- 1) здійснюють в Україні діяльність через відокремлені підрозділи, у тому числі постійні представництва, або
- 2) придбавають нерухоме майно або отримують майнові права на таке майно в Україні, або
- 3) відкривають рахунки в банках України відповідно до статті 6 Закону України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні", або
- 4) набувають право власності на інвестиційний актив, визначений абзацами третім - шостим підпункту "е" підпункту 141.4.1 пункту 141.4 статті 141 Податкового кодексу України, в іншого нерезидента, який не має постійного представництва в Україні.

В умовах воєнного стану деякі нерезиденти з метою фінансової підтримки відкривають рахунки в Україні. Відповідно до вказаних норм п. 64.5 Податкового кодексу України [3] в цьому випадку нерезиденти повинні зареєструватися в органах ДПС незалежно від того, призводить їх діяльність до виникнення постійного представництва чи ні. Однак наразі здійснити таку реєстрацію нерезидентам вкрай складно.

Окрім того необхідно зазначити, що встановлений в Податковому кодексі України [3] порядок оподаткування доходів нерезидентів є нечітким і викликає багато проблем.

Так, в пп. 141.4.7 Податкового кодексу України [3] встановлено порядок оподаткування суми прибутків нерезидентів, які провадять свою діяльність на



території України через постійне представництво. В цій нормі вказано, що такі прибутки оподатковуються в загальному порядку. При цьому таке постійне представництво прирівнюється з метою оподаткування до платника податку, який провадить свою діяльність незалежно від такого нерезидента.

Постійне представництво визначає обсяг оподаткованого прибутку, отриманого протягом звітного (податкового) періоду, відповідно до принципу "витягнутої руки". Оподатковуваний прибуток постійного представництва має відповідати прибутку незалежного підприємства, що здійснює таку саму або аналогічну діяльність у таких самих або аналогічних умовах і діє в повній незалежності від нерезидента, постійним представництвом якого воно є.

Водночас навіть ці норми потребують уточнення, оскільки невід'ємною складовою податкової декларації з податку на прибуток підприємств є фінансова звітність (п. 46.2 Податкового кодексу України). Нерезиденти не мають права складати фінансову звітність в Україні, такий обов'язок передбачений тільки для представництв іноземних суб'єктів господарської діяльності, які зобов'язані вести бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність (ч. 1 ст. 2 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р. № 996-XIV [1]).

Слід також врахувати, що з більшості доходів нерезидентів податок на прибуток утримують резиденти, які виплачують доходи нерезиденту на підставі норм п. 141.4 Податкового кодексу України за ставкою 15 %. Тому в таких умовах доцільно звільнити від реєстрації в органах ДПС тих нерезидентів, які:

придбавають нерухоме майно або отримують майнові права на таке майно в Україні, або

відкривають рахунки в банках України відповідно до статті 6 Закону України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні", або

набувають право власності на інвестиційний актив, визначений абзацами третім - шостим підпункту "е" підпункту 141.4.1 пункту 141.4 статті 141 цього Кодексу, в іншого нерезидента, який не має постійного представництва в Україні.

Враховуючи зазначене, пропонується в п. 64.5 Податкового кодексу України передбачити наступне: «Нерезиденти (іноземні юридичні компанії, організації), які здійснюють в Україні діяльність через відокремлені підрозділи, у тому числі постійні представництва, (виключити <або придбавають нерухоме майно або отримують майнові права на таке майно в Україні, або відкривають рахунки в банках України відповідно до статті 6 Закону України "Про платіжні системи та переказ коштів в Україні", або набувають право власності на інвестиційний актив, визначений абзацами третім - шостим підпункту "е" підпункту 141.4.1 пункту 141.4 статті 141 цього Кодексу, в іншого нерезидента, який не має постійного представництва в Україні>), зобов'язані стати на облік у контролюючих органах.

Взяття на облік у контролюючому органі нерезидента здійснюється при настанні першої із подій, визначеної в абзаці першому цього пункту, не пізніше



наступного робочого дня з дня надходження від нерезидента відповідної заяви, яку він зобов'язаний подати:

- у десятиденний строк після акредитації (реєстрації, легалізації) на території України відокремленого підрозділу - до контролюючого органу за місцезнаходженням відокремленого підрозділу;

- виключити слова - до придбання нерухомого майна або отримання майнових прав на таке майно в Україні - до контролюючого органу за місцезнаходженням нерухомого майна;

- до відкриття рахунку в Україні - до контролюючого органу за місцезнаходженням установи (відділення) банку або іншої фінансової установи, в яких відкривається рахунок;

- до дати здійснення першої оплати за інвестиційний актив, що придбавається, - до контролюючого органу за місцезнаходженням української юридичної особи, акції, корпоративні права якої формують вартість інвестиційного активу, що є предметом такого правочину».

Це спростить порядок оподаткування діяльності нерезидента в Україні і сприятиме надходженню інвестицій і Україну від іноземних інвесторів в цей важкий час для подолання негативних наслідків від воєнного стану.

Список використаних джерел:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон України № 996-XIV від 16 липня 1999 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14#Text>.

2. Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні». Закон України № 2102-IX від 24 лютого 2022 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>.

3. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

4. Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24 лютого 2022 р. № 64/2022. URL: <https://president.gov.ua/documents/642022-41397>.



Лега О. В., к.е.н., доцент,
 доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Яловега Л. В., к.е.н., доцент,
 доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю,
Прийдак Т.Б., к.е.н., доцент,
 доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет

ПЕРЕФОРМАТУВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ВІЙСЬКОВИЙ ЧАС: ПОДАТКОВІ НОВАЦІЇ

З кожним днем збитки від воєнних дій зростають. Економічна активність в Україні внаслідок війни зупинилася на ¾. Тобто 75% бізнесу тимчасово або на постійній основі припинили роботу. За опитуванням Європейської бізнес-асоціації, близько 56% компаній-членів не працюють на період воєнних дій, а перші втрати ВВП України через війну з росією економічне відомство почне підраховувати у квітні. Підрахунок збитків, звісно, річ потрібна, але влада закликає українців, які мають роботу та можливість працювати, повертатися до справ та підтримувати економічний фронт держави [1].

Сьогодні у звернення Зеленського лунають заклики до повернення малого та середнього бізнесу. «На вулицях міст має з'явитися життя. Там, де дозволяє безпека. Там, де це можуть забезпечити люди. Аптеки, торгівля, будь-який бізнес, який може просто працювати сьогодні. Щоб країна жила. Щоб уже починалося відновлення України. І це залежить від кожного з нас, від кожного, хто здатний працювати. Економічне придушення України – це одне із завдань війни проти нас сьогодні. І ми маємо відбитися також і від цього. Зберегти нашу економіку, зберегти наших людей» [2].

На сьогодні уряд отримав чітке доручення – повернути малий і середній бізнес, максимально послабити податки, прибрати всі складнощі та тиск системи. І як кажуть, не словом, а ділом. 15 березня, ВРУ підтримала за основу і в цілому Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу та інших законодавчих актів щодо дії норм на період воєнного стану» [3]. В таблиці 1 узагальнено податкові складові переформатування вітчизняної економіки.

Таблиця 1

Податкові новації переформатування економіки України у військовий час*

Податки та збори	Новації на час військового стану
Єдиний податок	<ul style="list-style-type: none"> - можливість скористатися опцією єдиного податку; - підвищення ліміту обмеження доходу з 10 млн до 10 млрд; - єдиний податок 2% від обороту; - зняття для 3 групи платників єдиного податку обмеження по кількості робітників; - зняття обмежень по видам діяльності (окрім підакцизних товарів та грального бізнесу) - уряд отримує право визначати порядок сплати податку.





Податки та збори	Новації на час військового стану
Акцизний податок	не вважається постачанням (= не оподатковується) передача пального через примусове відчуження чи вилучення майна для потреб держави, передача ЗСУ та іншим, а також надання пального як гуманітарної допомоги. Також таке пальне звільняється від акцизу. встановлення 0 ставки акцизу на пальне
ПДФО	Благодійна допомога, надана учасникам бойових дій та особам, які проживають на території бойових дій, не оподатковується ПДФО. Також не оподатковується ПДФО вся нецільова благодійна допомога, яка надається особам, які постраждали внаслідок збройної агресії Надано право на податкову знижку у розмірі 16% (замість 4% зараз) на пожертвування неприбутковим організаціям.РФ.
ПДВ	уточнено, що звільнення від оподаткування ПДВ за ввезення в Україну і постачання в Україні ЗІЗ також надається, якщо ця продукція надається для потреб добровольчих формувань територіальних громад. уточнено, що не сплачується ПДВ за товари, що були знищені під час війни, а також передані на потреби оборони. дозволяється включати до податкового кредиту з ПДВ суми, по яких ще не зареєстровані податкові накладні, але наявні необхідні первинні документи. Такі накладні повинні бути зареєстровані протягом 6 міс з моменту припинення воєнного стану. встановлення ставки 7% ПДВ на пальне.
Плата за землю	з 24 лютого 2022 до кінця року звільняються від сплати плати за землю платники за землю, що розташована на територіях, на яких ведуться бойові дії. Перелік територій визначається КМУ.
Податкові перевірки	зупиняється перебіг всіх строків, контроль за дотриманням яких покладається на ДПС на час воєнного стану. відновлення всіх фактичних перевірок (навіть ті, які зараз були заборонені на час карантину) відновлення камеральних перевірок по деклараціях, по яких подано заяву на повернення бюджетного відшкодування ПДВ. на період воєнного стану та протягом 3 міс після його закінчення по ЄСВ перевірки не проводяться.
Порушення, штрафи, пеня	не пеня не нараховуватиметься за порушення, які виникли внаслідок форс-мажорів під час воєнного стану. пеня за несвоєчасне бюджетне відшкодування ПДВ не буде нараховуватися, якщо несвоєчасність відшкодування відбулося внаслідок форс-мажорних обставин. не вважається порушенням вимог щодо діяльності неприбуткових організацій передача коштів на ЗСУ та ін, а також для закладів охорони здоров'я, незалежно від виду благодійної діяльності зазначеної в статутних документах. встановлюється штраф за незабезпечення можливості оплачувати картками санкції за порушення закону про РРО не застосовуються до завершення воєнного стану. на період воєнного стану та протягом 3 міс після його закінчення штрафи та пеня по ЄСВ не застосовуються



*узагальнено на підставі [3], [4]

Отже, для всіх суб'єктів податкової системи очевидно, що податкова система, яка існувала у мирний час, не може бути відповіддю на ті виклики, які у нас є зараз. Перебудова економіки під нові реалії має стати ключовим фундаментом для перемоги.

Список використаних джерел:

1. Лише прямі збитки від війни сягають 120 мільярдів доларів. *Економічна правда*. 11 березня 2022. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2022/03/11/683796/> (дата звернення 20.03.2022).

2. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України від 15 березня 2022 р. № 2120-IX. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text> (дата звернення 20.03.2022).

3. З 17 березня діють нові податкові пільги для ФОПів та підприємств під час війни! URL: <https://news.dtki.ua/taxation/common/75358> (дата звернення 20.03.2022).

4. Президент України. Володимир Зеленський. *Офіційне інтернет-представництво*. URL: <https://www.president.gov.ua/news/mi-pracyuyemo-nad-tim-shob-druzyami-ukrayini-buv-uves-svit-z-73705> (дата звернення 20.03.2022).





Москаленко О., здобувач вищої освіти
СВО «Магістр» ОПП Облік і оподаткування
Лега О., к.е.н., доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ ОБЛІКУ РОЗРАХУНКІВ З ПОДАТКУ НА ДОДАНУ ВАРТІСТЬ

Бухгалтерський облік податку на додану вартість (далі – ПДВ) до серпня 2019 року регулювався єдиним нормативним документом – Інструкцією з бухгалтерського обліку податку на додану вартість, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 01.07.1997 № 141 [1] (далі – Інструкція № 141), до якої час від часу вносилися зміни. Незважаючи на те, в Інструкції 141 було наведено основні кореспонденції щодо відображення в обліку ПДВ, вирішити всі спірні та проблемні питання не вдалося.

Відтак, після скасування Інструкції № 141, підприємства повинні самостійно визначати облікову політику в частині обліку ПДВ, але що не суперечить П(С)БО. На теперішній час платнику ПДВ в бухгалтерському обліку ПДВ потрібно керуватися правилами податкового обліку, визначеними Податковим кодексом України [2] (далі – ПКУ), бухгалтерськими стандартами (національними або МСФЗ) та Інструкцією про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій, затвердженою наказом Міністерства фінансів України від 30.11.1999 № 291 [3] (далі – Інструкція № 291), якою передбачено всі ті ж субрахунки для відображення сум ПДВ, зокрема: 641 «Розрахунки за податками», 643 «Податкові зобов'язання», 644 «Податковий кредит». Тож методика відображення в обліку ПДВ підприємствам слід закріпити в наказі про облікову політику, насамперед, аби уникнути непорозумінь із контролюючими органами при перевірках.

Виникнення податкових зобов'язань з ПДВ відображається за кредитом субрахунку 641 / «Розрахунки з ПДВ», а сума податкового кредиту з ПДВ та суми ПДВ, сплачені до бюджету – за дебетом субрахунку 641. На цьому рахунку визначається сума ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету як різниця між його дебетовим та кредитовим оборотом, за виключенням суми ПДВ (відображеної за дебетом) щодо сплати податку за попередній звітний період. Основним принципом, який діє при податковому обліку ПДВ, є порівняння податкового зобов'язання та податкового кредиту за звітний період і визначення позитивного або від'ємного значення між сумою податкового зобов'язання й сумою податкового кредиту звітного періоду. У випадку виникнення позитивного значення суб'єкт господарювання зобов'язаний сплатити податок на додану вартість до бюджету, у випадку виникнення від'ємного значення суб'єкт господарювання має право на бюджетне відшкодування вказаного податку [4].

Серед основних проблем на сьогодні, що стосуються ПДВ та його



відображення в системі бухгалтерського обліку є використання субрахунків 643 і 644, які є транзитними, а їх назви не цілком відповідають економічному змісту операцій, які на них відображені, що не дає оцінити конкретну ситуацію на підприємстві щодо нарахування та сплати ПДВ.

Разом з тим, незважаючи на те, що суми відображені на субрахунках 643 і 644, не беруть участі при визначенні ПДВ, що підлягає сплаті до бюджету у звітному періоді, використання транзитних субрахунків 643 і 644 здійснюється, наприклад, у випадках, коли податковий кредит або податкові зобов'язання з ПДВ відображені в податкових розрахунках в одному звітному періоді, а отримання товарів (послуг) або їх відвантаження (виконання) відбувається в інших звітних періодах. Також, субрахунок 644 застосовують, якщо підприємство не отримало зареєстровану в Єдиному реєстрі податкових накладних (далі – ЄРПН) податкову накладну (644/2 «Податковий кредит з ПДВ непідтверджений»), а субрахунок 643 – при блокуванні податкових накладних під час їх моніторингу (643/2 «Податкове зобов'язання з ПДВ непідтверджене») [4].

Незважаючи на складність облікового відображення розрахунків з ПДВ та формування звітних даних, використання субрахунків 643 і 644 дає можливість здійснювати порівняння підтвердженого і непідтвердженого ПДВ, контролювати сформовані та отримані податкові накладні, перевіряти достовірність облікових даних. Так, сальдо субрахунку 644/2 «Податковий кредит з ПДВ непідтверджений» на кінець періоду показує суму вхідного ПДВ із податкових накладних (у розрізі контрагентів), ще не зареєстрованих у ЄРПН. А залишок за субрахунком 643/2 «Податкове зобов'язання з ПДВ непідтверджене» засвідчить, що є постачання товарів (послуг) у звітному періоді, за якими податкові накладні ще не складені або не зареєстровані.

Таким чином, для обліку ПДВ у платника виникає потреба виокремлення аналітичних рахунків до субрахунків 643 та 644, зокрема для контролю фактів реєстрації податкових накладних. На нашу думку, підприємства і надалі можуть скористатися додатковими субрахунками, рекомендованими Інструкцією № 141, закріпивши такі положення у обліковій політиці.

Військовий стан вносить корективи як у життя українців, так і податкової системи. Наразі актуальним питанням є нарахування та сплата ПДВ. 17.03.2022р. набрав чинності Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану» №2120-IX від 15.03.2021р. [5].

Основні новації щодо оподаткування ПДВ наступні:

- до обсягу оподаткованого доходу для реєстрації платниками ПДВ благодійних організацій не включаються операції з надання благодійної допомоги, зокрема, безоплатне постачання товарів/послуг благодійним організаціям, утвореним і зареєстрованим відповідно до законодавства, а також надання такої допомоги благодійними організаціями набувачам (суб'єктам) благодійної допомоги відповідно до законодавства про благодійну діяльність та



благодійні організації [6];

- при визначенні об'єкту оподаткування ПДВ не є постачанням товарів та послуг випадки (крім випадків, коли такі операції з постачання товарів та послуг оподатковуються за нульовою ставкою ПДВ), коли товари та послуги передаються/надаються для: ЗСУ; Нацгвардії України; СБУ; Служби зовнішньої розвідки України; Державної прикордонної служби України; МВС України; Управління державної охорони України; Державної служби спеціального зв'язку та захисту інформації України; добровольчих формувань територіальних громад та інших утворених відповідно до законів України військових формувань;

- здійснення операцій з товарами оборонного призначення звільняються від ПДВ;

- на період дії правового режиму воєнного стану платники ПДВ отримали право формувати податковий кредит за операціями з придбання товарів/послуг або здійснювати його коригування на підставі наявних у платника первинних (розрахункових) документів, складених (отриманих) платником податку за операціями з придбання товарів/послуг. Податкові накладні, реєстрацію яких було відтерміновано, мають бути зареєстровані платниками податків протягом шести місяців після припинення або скасування дії воєнного стану [6];

- податковий кредит, задекларований платниками під час дії воєнного стану на підставі первинних (розрахункових) документів, підлягає обов'язковому уточненню (приведенню у відповідність) з урахуванням даних податкових накладних та розрахунків коригування, зареєстрованих у Єдиному реєстрі податкових накладних;

- на період дії правового режиму воєнного стану введено ставку ПДВ в розмірі 7% за операціями постачання на митній території України та ввезення на митну територію України бензинів моторних, важких дистилатів та скрапленого газу, встановлено нульову ставку акцизного податку, а також нафти або нафтопродуктів сирих, одержаних з бітумінозних порід (мінералів).

Отже, податкові послаблення для суб'єктів господарювання є стимулом відновлення малого та середнього бізнесу. Навіть в умовах війни бізнес повинен працювати там, де це можливо, платити податки та давати країні ресурс для продовження оборони.

Список використаних джерел:

1. Інструкція з бухгалтерського обліку податку на додану вартість: Наказ Міністерства Фінансів України від 01 липня 1997 року № 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0284-97#Text>

2. Податковий кодекс України: Закон України від 2 грудня 2010 р. № 2755-VI. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>

3. Інструкція про застосування Плану рахунків бухгалтерського обліку активів, капіталу, зобов'язань і господарських операцій підприємств і організацій: Наказ Міністерства Фінансів України від 30 листопада 1999 року № 291. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/z0893-99>



4. Подолянчук О. А. Облікове забезпечення розрахунків з податку на додану вартість. *Ефективна економіка*. 2020. № 2. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2020_2_42

5. Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо дії норм на період дії воєнного стану: Закон України №2120-IX від 15 березня 2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2120-20#Text>.

6. Мусієнко В. Які зміни в оподаткуванні приніс Закон №2120-IX на період воєнного стану: ПДВ, податок на прибуток, ПДФО, військовий збір та інші платежі. URL: https://buh.ligazakon.net/aktualno/11891_yak-zmni-v-opodatkuvann-prins-zakon-2120-kh-na-perod-vonnogo-stanu-pdv-podatok-na-pributok-pdfo-vyskoviy-zbr-ta-nsh-platezh





АНАЛІЗ ВЛАСНИХ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО, ЛІСОВОГО ТА РИБНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Важливою умовою ефективного функціонування і подальших перспектив розвитку підприємства є його фінансова стійкість, тобто ефективне формування, розподіл та використання фінансових ресурсів.

В економічній літературі розглядають, зокрема, такі підходи до визначення фінансової стійкості підприємства:

« ... здатність підприємства функціонувати і розвиватися, зберігати рівновагу активів і пасивів у мінливому економічному середовищі, що гарантує його платоспроможність та інвестиційну привабливість у довгостроковій перспективі в межах допустимого рівня ризику» [7, с. 107];

« ... динамічна інтегральна характеристики його спроможності до мобілізації фінансових ресурсів при мінімальному ризику для здійснення господарської діяльності, під впливом факторів зовнішнього та внутрішнього середовища» [8, с. 120].

Аналіз фінансової стійкості є предметом наукових досліджень вчених [1-5]. Абсолютним показником фінансової стійкості є наявність власних оборотних коштів підприємства (робочий капітал), тобто різниця між вартістю оборотних активів і сумою поточних зобов'язань та забезпечень.

Динаміка наявності власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України за 2013-2020 роки подана на рис. 1.

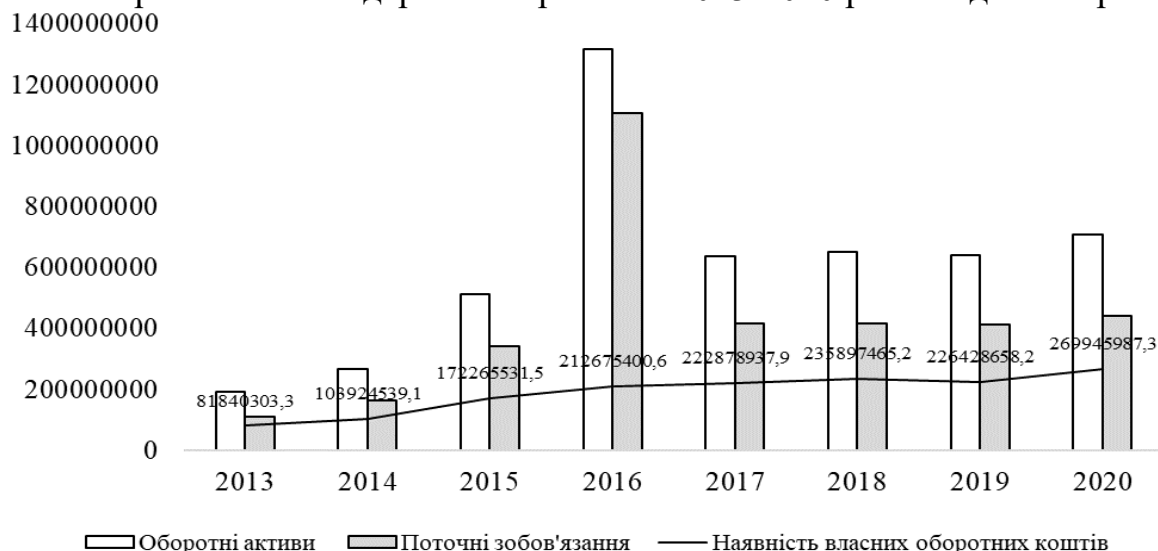


Рис. 1. Динаміка наявності власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України за 2013-2020 роки, тис. грн.

Джерело: побудовано автором на основі даних [6] і власних розрахунків за даними [6].

За даними рис. 1, підприємства сільського, лісового та рибного господарства України протягом періоду дослідження мають власні оборотні



кошти, тобто вартість оборотних активів перевищує суму поточних зобов'язань та забезпечень. Також відзначимо, що за винятком 2019 року, показник наявності власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України протягом періоду дослідження має позитивну динаміку і у 2020 році порівняно з 2013 роком він зріс на 188105684,0 тис. грн. (на 230% або у 3,3 рази).

В середньому сума власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України зростала протягом періоду дослідження на 17,76% в рік. Найбільші темпи зростання власних оборотних коштів підприємств сільського, лісового та рибного господарства України спостерігались у 2015 році порівняно з 2014 роком (65,76%), а найменші у 2017 році порівняно з 2016 роком (4,80%). У 2019 році порівняно з 2018 роком сума власних оборотних коштів підприємства сільського, лісового та рибного господарства України зменшилась на 9468807,0 тис. грн. (4,01%).

Таким чином, нами встановлено, що підприємства сільського, лісового та рибного господарства України протягом 2013-2020 років мають значну суму власних оборотних коштів, яка щороку зростає. Позитивним фактором зростання показника є збільшення вартості оборотних активів (за винятком 2017 і 2019 років), а негативним – збільшення суми поточних зобов'язань (також за виключенням 2017 і 2019 років). Причому у 2014-2016 роках темпи приросту суми поточних зобов'язань перевищують темпи приросту вартості оборотних активів, а у 2018 і 2020 роках, навпаки, спостерігається протилежна залежність, що оцінюється позитивно.

Список використаних джерел:

1. Адонін, С., Калашнікова Ю. Оцінка фінансової стійкості підприємства та шляхи її підвищення. *Таврійський науковий вісник. Сер.: Економіка*. 2020. №4. С. 155-160.
2. Борецька Н.П., Міщенко К.В. Аналіз і прогнозування фінансової стійкості підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. №20. С. 63-66.
3. Ковальчук Н.О., Руснак Т.В. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. Вип. 11. С. 368-371.
4. Левкович О.В., Калашнікова Ю.М. Фінансова стійкість як передумова інноваційного розвитку підприємства. *Ефективна економіка*. 2021. № 4. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=8776> (дата звернення: 11.02.2022).
5. Пігуль Н.Г., Клименко А.В. Аналіз фінансової стійкості підприємств України. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 1(12). С. 186-190.
6. Показники балансу підприємств за видами економічної діяльності з розподілом на великі, середні, малі та мікропідприємства (2013-2020). URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 11.02.2022).
7. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В. Фінансовий аналіз: навч. посіб. Полтава: ПП «Астроя», 2020. Ч1. 434 с.
8. Школьник І.О., Боярко І.М., Дейнека О.В. та ін. Фінансовий аналіз: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2016. 368 с.





Остапчук В. Ю., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Карпова В.В.**, к.е.н.,
доцент кафедри митної справи,

Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ОПОДАТКУВАННЯ ПДВ БЛАГОДІЙНОЇ ДОПОМОГИ В УМОВАХ ВОЄННОГО ЧАСУ

В умовах дії правового режиму воєнного часу в Україні [1, 3] особливого значення набуває стимулювання операцій з надання благодійної допомоги. Адже за таких умов у населення і різного роду організацій посилюється необхідність в отриманні благодійної допомоги.

Наразі багато нерезидентів пропонують передання резидентам України благодійної допомоги з ввезенням її на територію України.

Безоплатне ввезення товару зазвичай здійснюється в митному режимі імпорту (випуску для вільного обігу). Адже за нормами ч. 1 ст. 74 Митного кодексу України від 13.03.2012 р. № 4495-VI (далі – МКУ), імпорт (випуск для вільного обігу) – це митний режим, відповідно до якого іноземні товари після сплати всіх митних платежів, встановлених законами України на імпорт цих товарів, та виконання усіх необхідних митних формальностей випускаються для вільного обігу на митній території України. Тобто в цій нормі йде "прив'язка" до способу використання товару в Україні, а не до форми договору з нерезидентом про його придбання (оплатна або без оплати).

Виходячи з цього, у загальному випадку під час ввезення безоплатно отриманого товару резидент сплачує всі платежі, пов'язані з розмитненням товару (мито, ПДВ, акцизний податок).

Водночас п. 5⁻² розділу XXI МКУ встановлено, що тимчасово, на період дії воєнного стану, звільняються від оподаткування ввізним митом соціально значущі продукти харчування, лікарські засоби та медичні вироби, на які Кабінетом Міністрів України встановлено фіксовані ціни у розумінні Закону України "Про ціни та ціноутворення". Однак відповідних пільг щодо можливості несплати ввізного ПДВ на такі товари не передбачено, а це є важливою пільгою, спрямованою на податкове стимулювання діяльності резидентів та нерезидентів з метою заохочення проведення операцій надання благодійної допомоги.

Окрім того не всі операції з безоплатного розповсюдження благодійної допомоги звільняються від оподаткування ПДВ.

Так, операції з безоплатного надання благодійної допомоги у вигляді товарів, робіт і послуг за загальним правилом оподатковують ПДВ.

Відповідно до норм п. 69.5 підр. 10 розд XX ПКУ операції з добровільної передачі або відчуження, або вилучення товарів, у тому числі підакцизних, надання послуг на користь Збройних Сил України та добровольчих формувань територіальних громад, Національній гвардії України, Службі безпеки України, Службі зовнішньої розвідки України, Державній прикордонній службі України,



Міністерству внутрішніх справ України, Управлінню державної охорони України, Державній службі спеціального зв'язку та захисту інформації України, іншим утвореним відповідно до законів України військовим формуванням, їх з'єднанням, військовим частинам, підрозділам, установам або організаціям, що утримуються за рахунок коштів державного бюджету, для потреб забезпечення оборони держави, органам місцевого самоврядування, а також на користь центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері цивільного захисту, сил цивільного захисту та/або закладам охорони здоров'я державної, комунальної власності, та/або структурним підрозділам з питань охорони здоров'я обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій без попереднього або наступного відшкодування їх вартості, не вважаються операціями з реалізації для цілей оподаткування. Отже за такими операціями податкові зобов'язання з ПДВ не нараховують.

Окрім того відповідно до пп. 197.1.15 ПКУ звільняються від оподаткування ПДВ операції безоплатного постачання товарів/послуг благодійним організаціям, утвореним і зареєстрованим відповідно до законодавства, а також надання такої допомоги благодійними організаціями набувачам (суб'єктам) благодійної допомоги відповідно до законодавства про благодійну діяльність та благодійні організації.

Не є постачанням товарів та послуг передача/надання товарів та послуг Збройним Силам України, Національній гвардії України, Службі безпеки України, Службі зовнішньої розвідки України, Державній прикордонній службі України, Міністерству внутрішніх справ України, Державній службі України з надзвичайних ситуацій, Управлінню державної охорони України, Державній службі спеціального зв'язку та захисту інформації України, добровольчим формуванням територіальних громад, іншим утвореним відповідно до законів України військовим формуванням, їх з'єднанням, військовим частинам, підрозділам, установам або організаціям, що утримуються за рахунок коштів державного бюджету, для потреб забезпечення оборони України, захисту безпеки населення та інтересів держави, а також на користь центрального органу виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері цивільного захисту, сил цивільного захисту та/або закладів охорони здоров'я державної, комунальної власності, та/або структурних підрозділів з питань охорони здоров'я обласних, Київської та Севастопольської міських державних адміністрацій, крім випадків, якщо такі операції з постачання товарів та послуг оподатковуються за нульовою ставкою ПДВ (п. 32¹ підр. 2 розд. XX ПКУ).

Є ще пільги в частині оподаткування ПДВ, які поширюються на всіх осіб. Зокрема, згідно з п. 32 підрозд. 2 розд. XX ПКУ тимчасово, на період проведення антитерористичної операції та/або здійснення заходів із забезпечення національної безпеки й оборони, відсічі і стримування збройної агресії Російської Федерації та/або запровадження воєнного стану відповідно до



законодавства, звільняються від оподаткування ПДВ операції з ввезення на митну територію України та постачання на митній території України товарів, зазначених у цій нормі.

Водночас у решті випадків, зокрема під час постачання товарів, робіт і послуг особам (в тому числі фізичним особам), які не є благодійними організаціями, доведеться нарахувати податкові зобов'язання з ПДВ за нормами абз. 2 п. 188.1 ПКУ із суми перевищення мінімальної бази оподаткування ПДВ (виходячи з ціни не нижче ціни придбання). В умовах воєнного часу, коли товари часто роздаються резидентами безпосередньо фізичним особам без використання благодійних організацій, таке оподаткування ПДВ є дискримінаційним.

З огляду на це має сенс в Податковому кодексі України зазначити, що не є постачанням товарів та послуг безоплатна передача/надання товарів та послуг як благодійної допомоги любим особам. Це дозволить зменшити податковий тягар на такі операції та буде стимулювати суб'єктів господарювання до надання благодійної допомоги тим особам, які її потребують.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні». Закон України № 2102-IX від 24 лютого 2022 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20#Text>.
2. Податковий кодекс України від 02 грудня 2010 р. № 2755-VI. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.
3. Указ Президента України «Про введення воєнного стану в Україні» від 24 лютого 2022 р. № 64/2022. URL: <https://president.gov.ua/documents/642022-41397>.





Павловська Т. С., здобувач вищої освіти
Лега О. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри
бухгалтерського обліку та економічного контролю
Полтавський державний аграрний університет

ПОДАТКОВІ ТРАНСФОРМАЦІЇ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ ПІД ЧАС ВІЙСЬКОВОГО СТАНУ

Загалом податкова система України передбачає можливість застосування суб'єктами господарювання комплексу загальнообов'язкових податків або спрощення як податкового, так і звітного навантаження за рахунок реєстрації підприємства як платника єдиного податку. Останній варіант може бути застосований підприємствами малого бізнесу, що відповідають встановленим Податковим кодексом вимогам.

Для малого підприємництва є характерним висока чутливість та активна реакція на зміни кон'юнктури ринку, що сприяє регіональному розвитку, створює нові робочі місця, формує міцний середній клас. Вищеописана варіативність систем оподаткування є інструментом підтримки державою даного сегменту бізнесу, оскільки він є вагомим джерелом податкових надходжень до бюджетів, проте дуже вразливим до кризових обставин [2, с. 115].

З метою підтримки як безпосередньо суб'єктів господарювання, так і економічного стану країни загалом державою запроваджуються додаткові зміни в системі оподаткування. Так, активне воєнне вторгнення на територію України військами російської федерації є вагомим кризовим фактором, що матиме однозначно негативні наслідки для економіки країни.

На сьогодні в Україні потроху повертається в роботу бізнес, а українці реєструють нові ФОПи. Прем'єр-міністр України Денис Шмигаль зазначає....бізнес починає оговтуватися після першого шоку [5].

Для підтримки малого підприємництва, які застосовують спрощену систему оподаткування, доступні спеціальні особливості. Такі зміни мають на меті сприяння діяльності підприємств в кризових умовах, а також забезпечення стабільного наповнення бюджету країни грошовими коштами, для забезпечення виконання покладених на неї функцій.

Система спрощеного оподаткування передбачає поділ суб'єктів бізнесу на платників єдиного податку I, II, III та IV групи. Спеціальні особливості оподаткування доступні для використання представниками перших трьох груп на період з 1 квітня 2022 року і до припинення або скасування воєнного стану в країні. Керівництвом підприємства може бути прийняте рішення про застосування даних особливостей за необхідності підтримки бізнесу, а може здійснювати оподаткування та подавати звітність за загальними правилами.

Підприємства, які відносяться до I та II груп оподаткування єдиним податком, відповідно до підпункту 1 пункту 9 підрозділу 8 перехідних положень Податкового кодексу України, мають право не сплачувати єдиний податок на вищезазначений період можливості застосування спеціальних умов



оподаткування. Такі фізичні особи підприємства не повинні подавати податкову декларацію за період несплати [4].

Для підприємств третьої групи, перш за все, варто зазначити розширення кола суб'єктів господарювання, що можуть входити до даної групи. Так, зазнало змін обмеження за обсягом: на початок року воно становило 1167 мінімальних розмірів заробітної плати – 7 585 500 грн [1], а з 1 квітня 2022 року для входження до III групи платників єдиного податку розмір річного доходу не повинен перевищувати 10 мільярдів гривень. За рахунок чого більшість підприємств зможуть перейти на спрощену систему оподаткування.

Загальні правила спрощеного оподаткування передбачають можливість для третьої групи обирати між ставкою єдиного податку у 3% та 5% для платників та неплатників ПДВ відповідно. Відповідно до спеціальних правил ставка дорівнює 2% доходу підприємства. Проте, крім обсягів щорічного доходу, варто врахувати наявність обмеження за допустимими видами діяльності для платників єдиного податку. Так, спрощену систему оподаткування за ставкою 2% не можуть застосовувати підприємства:

- які здійснюють діяльність з організації, проведення азартних ігор, лотерей (крім розповсюдження лотерей), парі (букмекерське парі, парі тоталізатора);
- які здійснюють діяльність з обміну іноземної валюти;
- які здійснюють виробництво, експорт, імпорт, продаж підакцизних товарів (крім роздрібного продажу паливно-мастильних матеріалів в ємностях до 20 літрів та діяльності фізичних осіб, пов'язаної з роздрібним продажем пива, сидру, пері (без додання спирту) та столових вин);
- які здійснюють видобуток, реалізацію корисних копалин;
- страхові (перестрахові) брокери, банки, кредитні спілки, ломбарди, лізингові компанії, довірчі товариства, страхові компанії, установи накопичувального пенсійного забезпечення, інвестиційні фонди і інші фінансові установи;
- реєстратори цінних паперів;
- представництва, філії, відділення та інші відокремлені підрозділи юридичної особи, яка не є платником єдиного податку;
- фізичні та юридичні особи-нерезиденти [4].

Також платники єдиного податку третьої групи, які застосовують такі особливості, звільняються від нарахування, сплати та подання податкової звітності щодо податку на додану вартість.

Декларація з єдиного податку за умови застосування 2% ставки подається за календарний квартал, проте інформація в ній вказується помісячно.

Отже, для підтримки економіки країни в кризових умовах викликаних воєнним станом в країні були запроваджені спеціальні правила до спрощеної системи оподаткування. За даними Державної податкової служби України станом на 30 березня 2021 року заяви на перехід до застосування ставки



єдиного податку 2% подали 148 499 суб'єктів господарювання, з них – 29 585 юридичних осіб та 118 914 фізичних осіб–підприємців [3]. Крім того, одразу декілька найбільших заводів починають працювати. За останню добу через систему «Дія» було зареєстровано тисячу нових ФОПів. Крім того, близько 1,5 тисячі виробничих підприємств подали заявки на релокацію [5]. Декілька сотень вже переїхали або прямо зараз переїжджають з районів бойових дій для того, щоб продовжити роботу [5]. Стає зрозуміло, що без працюючої і ефективної економіки перемога у війні неможлива. Влада зробила ряд кроків, щодо підтримки бізнесу, тож маємо надії, що економіка держави буде працювати.

Список використаних джерел

1. Васильченко Н., Онищенко В. Єдиний податок 2021. *Головбук. 2021.* URL: <https://www.golovbukh.ua/article/7803-diniy-podatok-2020> (дата звернення: 31.03.2022)
2. Грановська І.В. Сучасний стан розвитку оподаткування малого бізнесу в Україні. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2021. №3 (120). С. 114-121. URL: http://www.econom.stateandregions.zp.ua/journal/2021/3_2021/20.pdf (дата звернення: 31.03.2022)
3. *Державна податкова служба України: веб-сайт.* URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/578179.html> (дата звернення: 31.03.2022)
4. Податковий кодекс України редакція від 17 березня 2022 р. № 2755-VI URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення: 31.03.2022)
5. За останню добу через систему «Дія» було зареєстровано тисячу нових ФОПів. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/biznes-ogovtuyetsya-vid-pershogo-shoku-ukrayinski-pidpriyemci-podayut-zayavki-na-novu-sistemu-opodatkuvannya-2025505.html> (дата звернення 31.03.2022.)



**Стеценко В.В., Супрун М.С.,**

здобувачі освіти ОНР молодший спеціаліст,
ОПН Підприємництво, торгівля та біржова діяльність,
Науковий керівник – **Кухта К.О.**, к.е.н, викладач вищої кваліфікаційної
категорії, викладач циклової комісії
обліково-фінансових дисциплін, методист,
ВСП «Лубенський фінансово-економічний фаховий коледж ПДАУ»

НОВІ ПРАВИЛА ОПОДАТКУВАННЯ ІТ-БІЗНЕСУ З 01 СІЧНЯ 2022 РОКУ

ІТ-сфера сьогодні все більше захоплює ринок праці, адже неможливо без роботи програмістів, розробників додатків забезпечити успішне функціонування соціальних мереж, новинних порталів та інших сервісів. Без сумніву, попит на спеціалістів ІТ сфери величезний. Саме тому, все більше розробників переводять свою діяльність у прозору правову площину, сплачуючи державні податки. Наприклад, ви розробляєте вебсайти, у вас є декілька десятків клієнтів, які щомісячно оплачують вам послуги вебхостингу та підтримку ресурсів. У цьому випадку, буде дуже розумно відкрити ФОП (фізична особа підприємець), вчасно сплачувати податки та бути зразковим громадянином своєї держави.

Розберемо, як правильно відкрити ФОП для ІТ, вибрати групу оподаткування, КВЕД та інші деталі.

Кваліфікований електронний підпис (КЕП). Для початку необхідно отримати КЕП. Його безкоштовно видають у *ІДД ДПС* строком дії на два роки. Також дуже просто отримати ключ можна у *Приват24*. За допомогою ключа ви зможете підписувати та надсилати електронну звітність, авторизуватися в кабінеті платника, працювати з державними онлайн-сервісами тощо.

Вибір системи оподаткування. Якщо працюючи в ІТ сфері вам достатньо ліміту доходу в 7 млн 585 500 грн на рік (1167 мінімальних зарплат) – найрозумнішим рішенням буде вибір 3-ї групи спрощеної системи, згідно якої раз на квартал необхідно подавати звітність і платити єдиний податок. Якщо немає доходу – єдиний податок не платите, звітність подаєте, нульову. Можна працювати з платниками ЄП — ФОП і юрособами та не обмежуватися кількістю найманих працівників.

Ставка єдиного податку залежить від доходу:

- для неплатників ПДВ – 5% від суми доходу.
- для платника ПДВ – 3% від суми доходу. Але перейти ви зможете лише після того, як зареєструєтесь на 3 групі 5% без ПДВ або на загальній системі оподаткування. Для цього вам необхідно буде звернутися до Центру обслуговування платників податків за місцем реєстрації.

Дехто вважає, що потрібно працювати на 2-й групі, хоча це не є правильно, оскільки ви не зможете працювати з іноземними замовниками і ТОВ на загальній системі, а виключно надавати послуги тільки населенню та іншим платникам ЄП. Так само не підходить і 1 група – торгівля з лотків на ринках і надання побутових послуг, а 4 група передбачена для сільгоспвиробників.



Які обрати КВЕДи для ІТ ФОП?

Найпопулярніший КВЕД для ІТ ФОП є 62.01 «Комп'ютерне програмування». Його найчастіше обирають як основний КВЕД. Включає розробку прикладних програм і вебсайтів, баз даних, системне програмування. Підходить для девелоперів, а також вебпрограмістів, розробників баз даних.

Також потрібно обрати додаткові або інші види господарської діяльності згідно з КВЕД:

58.21 «Видання комп'ютерних ігор». Підходить для програмістів і дизайнерів, які беруть участь або розробляють комп'ютерні ігри.

62.02 «Консультавання з питань інформатизації». Планування та проектування систем, які поєднують апаратну частину, програмне забезпечення та комунікаційні технології. Підходить до QA, бізнес-аналітиків з ІТ сфери.

62.09 «Інша діяльність у сфері інформаційних технологій і комп'ютерних систем». Зокрема відноситься налаштування комп'ютерів та установка програмного забезпечення. Підходить для системних адміністраторів.

63.11 «Оброблення даних, розміщення інформації на вебвузлах і пов'язана з ними діяльність». Послуги хостингу потокові послуги, хмарні технології. Підходить для вебпрограмістів (бек-енд) та системних адміністраторів.

63.12 «Вебпортали». Надання послуг з керування сайтами. Підходить для вебпрограмістів (бек-енд) та системних адміністраторів.

63.99 «Надання інших інформаційних послуг, н.в.і.у.». Послуги з надання інформаційних послуг по телефону, послуги з добору новин тощо. Підходить для IP-телефонії (як суміжний), спеціалістів з SEO (розкрутки сайтів).

73.11 «Рекламні агентства». Повний набір рекламних послуг (за допомогою власних можливостей або на договірній основі), у т.ч. консультавання, послуги з художнього оформлення реклами, виготовлення рекламних матеріалів, їх купівлю. Підходить для власників вебсайтів, які хочуть заробити на рекламі.

73.12 «Посередництво в розміщенні реклами в засобах масової інформації». Включає в себе розміщення реклами в засобах масової інформації, тобто продаж або перепродаж часу та місця для різних видів реклами в засобах масової інформації. Підходить для власників вебсайтів, які хочуть заробити на рекламі (наприклад, Google AdSense).

74.10 «Спеціалізована діяльність із дизайну». Підходить для вебдизайнерів.

Класифікація видів економічної діяльності (КВЕД) обов'язково повинна відповідати виду діяльності, що здійснює суб'єкт господарювання, інакше можливий штраф та переведення на загальну систему оподаткування [2].

Також в ІТ сфері досить часто обирають додаткові КВЕДи: 62.03 «Діяльність з керування устаткуванням»; 62.09 «Діяльність у сфері інформаційних технологій та комп'ютерних систем»; 72.21 «Розробка стандартного програмного забезпечення»; 72.10.0 «Консультавання з питань



інформатизації»; 72.22.0 «Інші види діяльності у сфері розробки програмного забезпечення»; 72.22 «Види діяльності у сфері розробки програмного забезпечення»; 72.30.0 «Оброблення даних»; 72.40.0 «Діяльність пов'язана з базами даних»; 58.21 «Видання комп'ютерних ігор»; 58.29 «Видання іншого програмного забезпечення».

Що вважається доходом? Дохід, отриманий протягом звітного періоду в грошовій формі (готівковій та/або безготівковій), матеріальній чи нематеріальній формі, визначеній п. 292.3 ст. 292 ПКУ вважається доходом ФОП. Дохід, виражений в іноземній валюті, перераховується у гривнях за офіційним курсом гривні до іноземної валюти, встановленим Національним банком України на дату отримання такого доходу.

Оплата єдиного податку. ФОП 3-ї групи сплачує єдиний податок з отриманого доходу протягом 10 календарних днів після граничного строку подання податкової декларації за податковий (звітний) період. Термін подання податкової декларації – протягом 40 календарних днів після завершення податкового (звітного) періоду.

Оплата єдиного соціального внеску (ЄСВ). Мінімальний розмір ЄСВ розраховується з мінімальної зарплати. Ставка ЄСВ – 22%. Із січня по вересень 2022 року діятиме мінімальна заробітна плата у розмірі 6 500,00 грн. і ЄСВ сплачуємо 1430 грн. З 01 жовтня – 6700 грн., ЄСВ сплачуємо 1474 грн.

14 грудня 2021 року Верховна Рада прийняла законопроект №5376 «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законів України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні».

Закон набирає чинності з 1 січня 2022 року.

Це вже другий закон з пакету спеціальних для ІТ-сфери. Нагадаємо, в липні було прийнято Закон України від 15.07.2021 р. №1667-ІХ «Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні». Ним визначено критерії для ІТ-компаній, так званих «резидентів системи «ДіяСіті», які отримують податкові пільги, спрощення умов працевлаштування для персоналу та окремий порядок перевірок контролюючими органами.

Прийнятим законопроектом №5376 Верховна Рада визначила, які саме пільги та особливі податкові правила отримують ІТ-компанії – резиденти «ДіяСіті».

Насамперед нагадаємо, що серед ключових вимог для резидентів «ДіяСіті» є:

- оплачувати винагороду працівникам та гіг-спеціалістам не менше, ніж еквівалент 1200 євро щомісячно;
- мати не менше 9 працівників та гіг-спеціалістів за показниками середньооблікової кількості за підсумками кожного календарного місяця;
- частка кваліфікованого доходу від ІТ-діяльності за перших три календарних місяці після реєстрації та за кожен календарний рік перебування у статусі резидента «ДіяСіті» становить не менше як 90% суми загального доходу юридичної особи за відповідний період.



Ці та інші умови для перебування у статусі резидента «ДіяСіті» визначено у згаданому Законі №1667 і їх варто уважно переглянути, щоб оцінити чи зможе ваша ІТ-компанія скористатися новоприйнятими податковими пільгами.

Податкові зміни. Почнемо з податку на прибуток. Для резидентів «ДіяСіті» база оподаткування буде визначатися за особливими правилами. До неї передбачено включати такі види виплат:

- дивіденди, які виплачуються на користь власника корпоративних прав ІТ-компанії;
- кошти чи вартість майна, які повертаються власнику корпоративних прав (акцій), у разі його виходу зі складу учасників чи акціонерів резидента «ДіяСіті»;
- вартість безоплатно наданих товарів (робіт, послуг);
- сума фінансової допомоги, наданої особі, яка не є резидентом «ДіяСіті»;
- сума оплачених роялті тощо [1].

Отже, для резидентів «ДіяСіті» об'єкт оподаткування – це не фінансовий результат до оподаткування, тобто прибуток визначеної фінансової звітності, а загальна сума окремих виплат, здійснених резидентом «ДіяСіті», перелік яких буде визначено у ПКУ.

Мета змін очевидна: максимальне обмеження для виведення коштів з ІТ-бізнесу. Якщо плануєте стати резидентом «ДіяСіті», зважайте на те, що податкова оптимізація виправдає себе лише, якщо виведення активів буде обмежено. І слід попередити, що новий особливий порядок оподаткування платників податку на прибуток резидентів «ДіяСіті» дуже далекий від спрощеної моделі. Велика кількість нових положень у ПКУ для резидентів «ДіяСіті» потребує детального вивчення, адже всі новації лише додадуть податкових ризиків ІТ-компаніям.

Серед ключових змін: базовий податковий (звітний) період для резидентів «ДіяСіті» - платників податку на прибуток, дорівнює календарному року, тобто незалежно від обсягу річного доходу.

Водночас передбачено і спеціальні податкові різниці для резидентів «ДіяСіті». Наприклад, у разі придбання майна (робіт, послуг) у платників єдиного податку в розмірі, що перевищує 20% суми витрат у звітному періоді.

Отже, перш ніж стати резидентом «ДіяСіті», ІТ-компанії варто добре зважити, чи для неї буде ефективною сплата податку на прибуток за новими правилами. Між іншим, резидентом «ДіяСіті» не може бути ІТ-компанія – платник єдиного податку. Так звані привілеї передбачені лише для платників податку на прибуток.

Наступні новації щодо оподаткування доходів фізосіб. Звільнені від оподаткування дивіденди, які будуть нараховуватися акціонерам або учасникам ІТ-компанії, яка є резидентом «ДіяСіті». Але пільга діятиме, якщо така виплата дивідендів здійснюватиметься ІТ-компанією раз на три роки. Логіка таких змін очевидна, гроші з ІТ-бізнесу виводити не вигідно.



Передбачено пільгову ставку ПДФО 5% для заробітної плати, яку виплачує резидент «ДіяСіті» найманим працівникам, а також для винагороди за гіг-контрактом, укладеним із ІТ-спеціалістом. Водночас така ставка діє, якщо сума таких виплат фізособі не перевищує еквівалент 240 тис. євро за календарний рік за офіційним курсом НБУ. Це приблизно 7 200 000 грн на рік або 600 тис. грн щомісячно.

Загалом не дуже суворе обмеження. Тож є певні «лайт» умови щодо нарахування податкової знижки для фізосіб, які придбали акції чи інші корпоративні права ІТ-компаній - резидентів «ДіяСіті».

Так, передбачено пільги з ПДФО для компаній, які за власний рахунок укладатимуть договори недержавного пенсійного забезпечення чи добровільного медичного страхування своїх працівників та гіг-спеціалістів. Витрати на таке страхування не оподатковується ПДФО, але лише у межах 30% нарахованої заробітної плати працівнику або в межах 30% нарахованої винагороди такому гіг-спеціалісту. Зважаючи на рівень оплати таких спеціалістів, це цілком реальна пільга, якою можна скористатися.

Крім того, є пільги і щодо ЄСВ. Для ІТ-працівників в ІТ-компанії та для гіг-спеціалістів передбачено звільнення від сплати ЄСВ, але воно діятиме за таких умов:

- по-перше, якщо працівник ІТ-компанії є одночасно приватним підприємцем, у такому разі факт сплати роботодавцем ЄСВ за такого працівника за основним місцем роботи у розмірі не менше мінімального страхового внеску звільняє самого працівника, як ФОПа, від сплати ЄСВ. Загалом таке положення вже передбачено для приватних підприємців і у 2021 році, тож назвати його новою пільгою можна лише умовно;

- по-друге, пільга для гіг-спеціалістів щодо ЄСВ також діятиме, якщо вони є одночасно особами, які провадять незалежну професійну діяльність. Від сплати ЄСВ у межах такої діяльності вони будуть звільнені, якщо ІТ-компанія при виплаті винагороди за гіг-контрактом сплатить ЄСВ за такого спеціаліста не менше мінімального страхового внеску. Тож, по суті, і ця зміна не є новацією. А от що, дійсно, важливо для ІТ-компаній, які стануть резидентами «ДіяСіті» незалежно від суми нарахованої заробітної плати чи винагороди за гіг-контрактом, сума ЄСВ обмежується мінімальним страховим внеском. Погодьтеся, це суттєве зменшення витрат на оплату праці для ІТ-компанії, якщо при цьому врахувати, що розмір середньомісячної винагороди має бути не менше ніж еквівалент 1200 євро щомісячно.

Список використаних джерел:

1. Податкові пільги ІТ-бізнесу з 1 січня 2022 року. URL: <https://news.dtki.ua> (дата звернення 17.02.2022)
2. Класифікатор видів економічної діяльності URL: http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html (дата звернення 17.02.2022)





Червяк А.О., здобувач вищої освіти
ОС бакалавр ОП «Фінанси, банківська справа та страхування»
Науковий керівник - **Байрачна А. С.**,
асистентка кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

БЮДЖЕТНА СИСТЕМА УКРАЇНИ, АДМІНІСТРУВАННЯ ПОДАТКІВ, ПОДАТКОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА КОНТРОЛЬ

Бюджетна система України – сукупність державного бюджету та місцевих бюджетів, побудована з урахуванням економічних відносин, державного і адміністративно-територіальних устроїв і врегульована нормами права. До місцевих бюджетів відносяться бюджети місцевого самоврядування, районні та обласні бюджети, бюджет Автономної Республіки Крим. До бюджетів місцевого самоврядування відносяться бюджети сіл, територіальних громад, міст. [1, с.51-53].

Бюджетний кодекс України (ст. 7) встановлює принципи, на яких будується сучасна бюджетна система:

- принцип єдності бюджетної системи;
- принцип збалансованості;
- принцип самостійності;
- принцип повноти;
- принцип обґрунтованості;
- принцип ефективності;
- принцип субсидіарності;
- принцип цільового використання бюджетних коштів;
- принцип справедливості і неупередженості;
- принцип публічності та прозорості;
- принцип відповідальності учасників бюджетного процесу [2].

Податкове адміністрування - система управління податковими відносинами. Здійснюється податковими та іншими органами держави. У вузькому значенні - це контроль який здійснюють податкові органи контролю з дотриманням податкового законодавства. Предметом податкового адміністрування виступають податкові відносини (комплекс взаємозв'язків між платниками податків, податковими органами та іншими суб'єктами оподаткування). Об'єктом податкового адміністрування є діяльність податкових органів та державна система податків та зборів.

Правові норми стосовно загальних аспектів податкового адміністрування викладені у Податковому кодексі України в розділі II «Адміністрування податків, зборів (обов'язкових платежів)».

Державне податкове регулювання – це методи, норми та правила щодо взаємодії платників податків та держави з ціллю формування державних цільових фондів та бюджетів. Податковий контроль – це заходи які вживають контролюючі органи за координацією центрального органу виконавчої влади. Ці заходи забезпечують формування та реалізацію державної фінансової



політики щодо контролю точності нарахування та своєчасної сплати податків.

Перспективними напрямками покращення податкового регулювання є:

- побудова ефективних механізмів оподаткування операцій в цифровій економіці;
- удосконалення правил для контрольованих іноземних компаній;
- розширення чітких та обов'язкових правил стосовно надання інформації про об'єкти оподаткування та платників податків;
- покращення механізмів вирішення податкових спорів;
- перебудова механізмів зміни двосторонніх податкових договорів.

Підводячи висновки, можна сказати що, бюджетна система кожної країни - це сукупність видів бюджетів, які дозволяє утворювати в державі Конституція у відповідності до державного та адміністративно-територіального устрою. За формою державного устрою Україна є унітарною державою, тому в Україні є один державний бюджет, закон про який щорічно затверджується Верховною Радою України.

Список використаних джерел:

1. Словник фінансово-правових термінів / за заг. ред. д. ю.н., проф. Л. К. Воронової. 2-е вид., переробл. і доповн. К.: Алерта, 2011. 558 с.
2. Бюджетний кодекс України від 10 жовтня 2021 р. // ВВРУ. 2011. № 50-51, ст. 572.



РОЗДІЛ 4. ФІНАНСИ, БАНКІВСЬКА СПРАВА, СТРАХУВАННЯ



**Андрос С.В.,**д.е.н, доцент, провідний науковий співробітник
відділу фінансово-кредитної та податкової політики,**Білоченко А.М.,** к.е.н, докторант,**Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»**

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ ФІНАНСОВОЇ ПІДТРИМКИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: ГАЛУЗЕВИЙ АСПЕКТ

Цілі державної політики підтримки аграрного сектору полягають у тому, щоб посилити конкурентоспроможність виробничих структур, особливо шляхом збільшення обсягів сільськогосподарського виробництва. В світлі зазначеного, розглянемо природу та ключові характеристики інституціональної галузевої моделі, у центр уваги якої ставиться аграрна сфера. Так, щоб зрозуміти галузеву модель, проаналізуємо такі питання: цілі моделі для сільського господарства та агропродовольчого сектору; функції, що надаються іншим галузям економіки; роль, що відводиться окремій території; роль, яку відіграють суспільні сили; функцію, яку відіграють інститути. Кожна з перелічених характеристик галузевої моделі має значення. Локомотивом цієї моделі є сільськогосподарське підприємство (СП) та сільськогосподарський виробник (СВ), який здійснює виробництво на умовах повної зайнятості. Зростання конкурентоспроможності досягається шляхом збільшення масштабів виробництва та/або інтенсифікації виробництва. Традиційно ринково орієнтоване СП орієнтовано на зовнішні закупівлі засобів виробництва та скорочення вторинного використання частини виробленої сільськогосподарської продукції у процесі виробництва [1].

Інтеграція на ринок відіграє важливе значення для СП, високий рівень спеціалізації та значна залежність від деяких ринків нерідко супроводжуються зростанням кредитної заборгованості. Описані умови створюють меншу гнучкість щодо зміни фінансових сценаріїв та аграрної політики і, відповідно посилюють уразливість СП у майбутньому [2]. Цей концептуальний підхід ґрунтується на модерністській науковій аксіомі (1980-х рр.), що аналізує розвиток агропродовольчого сектору через процес модернізації аграрної сфери і сільського господарства у цілому. Напрямки, за якими відбувається модернізація, різні та трансформуються залежно від соціально-економічних та історичних умов, еволюції ринків та торгових угод з іншими країнами, і в першу чергу залежно від потреб аграрного сектору.

Таким чином, заходи державної політики фінансової підтримки аграрного сектору націлені виключно на задоволення потреб модернізації аграрного сектору (табл. 1). Сільські території розглядаються як сукупність ресурсів та джерело для розвитку виробничих процесів в аграрній сфері. В пріоритеті – виробництво товарної сільськогосподарської продукції. З точки зору фінансової глобалізації агропродовольча система розуміється крізь призму інтеграції макроекономічних процесів агробізнесу та інтеграції аграрної сфери до ринкової економіки. Значний інтерес у цьому контексті представляють процеси реконструкції всередині самої аграрної сфери, які не сприймаються у відриві від трансформаційних процесів, які



відбуваються в інших галузях економіки.

Таблиця 1

Ключові характеристики галузевої моделі фінансової підтримки аграрного сектору

Цілі політики підтримки аграрного сектору	<ul style="list-style-type: none"> • Вирівнювання доходів з іншими галузями • Зростання масштабів виробництва (на рівні підприємства) • Інтенсифікація виробництва (капітал на одиницю площі/праці)
Тип привілейованої політики	<ul style="list-style-type: none"> • Підтримка інвестицій у розвиток підприємства • Безпосередня підтримка доходів виробників
Роль територій	<ul style="list-style-type: none"> • «Резервуар» ресурси / вкладення у сільське господарство • Сільський = сільськогосподарський простір • Двоїстість сільський / міський • Незначний місцевий контекст
Функції галузей	<ul style="list-style-type: none"> • Центральне місце сільського господарства та професійного сільськогосподарського підприємства • Інтеграція сільського господарства та агробізнесу у глобальний простір
Роль соціальних структур (операторів)	<ul style="list-style-type: none"> • Центральне місце професійних організацій, організацій виробників
Функція інституційних структур	<ul style="list-style-type: none"> • Концентрація управління політикою в руках адміністрації галузі (регіональної та національної)

Примітка. Складено за [3].

У контексті модерністського підходу відсутній інтерес до концепції локального розвитку, окремих сільських районів, інтерпретації структурних трансформацій аграрної сфери також відводиться незначна роль. Загальні процеси перебудови (міжгалузевих відносин, міжнародних торгових сценаріїв, виробничого апарату, соціальних верств) визначають еволюцію аграрної сфери й агропродовольчого сектору та повністю обминають місцевий рівень розвитку.

Виняток, коли місцевий рівень становлять ніші, в яких поєднується двоїстість сільських і міських районів, і в яких сільські райони є нерозривною складовою при постачанні продуктів за припустимими для міських споживачів цінами та фінансовими ресурсами виробництва (особливо праці та землі), які природно притягуються розвитком столичних та самих міських територій [3].

Галузева модель аграрного розвитку в різних формах властива більшій частині всіх напрямків державної аграрної політики. Такий своєрідний акцент на розвитку саме аграрного сектору виправданий різними аргументами, серед яких особливо виразними є:

а) аграрна сфера має бути в центрі уваги, адже в Україні у просторових термінах на неї припадає значна частина території;

б) сільське господарство не є галуззю, що виконує безпосередньо виробничу функцію, але виконує різні функції, пов'язані з використанням ландшафтних і незабруднених природних ресурсів, із захистом навколишнього середовища, території;

в) аграрна сфера – одна з галузей, яка в контексті зміни міжнародних сценаріїв (інтеграція України до ЄС, реформа державної аграрної політики, нові



торгові угоди тощо) відчуває на собі помітний вплив і тому потребує більшої міри структурної акомодатції.

У галузевій моделі застосовуються напрями держаної політики, які можна вважати традиційними; вони введені відповідними директивами, прийнятими в рамках структурної перебудови, а надалі отримали розвиток і пристосування. Ці напрями державної політики є потужним базисом всіх підходів до політики розвитку аграрної сфери, у різні періоди часу розуміються як структурна акомодатція СП та агропродовольчих підприємств, а не як сільський розвиток.

Підтримка СП ставить у привілейоване становище концепцію галузевого розвитку. Політичні сили, які переважно підтримують галузеву модель розвитку аграрної сфери, представлені галузевими спілками та асоціаціями СВ як на національному і регіональному, так і на європейському рівнях. Вони значною мірою схиляються до визначального місця, яке мають зайняти сільське господарство та СП у розвитку сільських територій, а отже, думку про те, що основними одержувачами коштів у рамках цієї політики мають стати СВ. У розрізі концепції галузевого розвитку здійснення заходів структурної політики обов'язково має бути пов'язане з управлінням процесами в аграрному секторі як на національному, так і на регіональному рівнях.

Централізація управління галуззю породжується як самою природою привілейованих інструментів політики, що перебувають у компетенції цих органів управління, так і необхідністю ефективного управління з тим, щоб заходи фінансової підтримки, які не призначені безпосередньо для СВ, зрештою, все ж таки надходили до них [1].

Таким чином, функція органів влади, які керують аграрною політикою, стає ключовою не лише на етапі управління ресурсами та інструментами, але також на етапі розробки самих програм аграрного розвитку, коли приймаються стратегічні рішення з питань фінансування та розподіляються грошові кошти між напрямками підтримки, визначаються критерії вибору та пріоритети у виборі галузей підтримки та одержувачів допомоги.

Список використаних джерел:

1. Лупенко Ю.О. Розвиток підприємництва і кооперації: інституціональний аспект: моногр. / [Лупенко Ю.О., Малік М.Й., Шпикуляк О.Г. та інші]. К.: ННЦ «ІАЕ», 2016. 430 с.
2. Шпикуляк О.Г. Інституції та механізми регулювання аграрного ринку: теоретико-практична оцінка функціонування. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. №2. С. 46-59.
3. Гатаулин Р.Ф., Аскарров А.А., Хужахметова Г.Н., Ярков Н.В. Организационно-экономические формы и эффективные методы государственного регулирования сельского хозяйства. *Экономика региона*. 2015. №2. С. 271–284.





ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ПОДАТКОВОГО РЕФОРМУВАННЯ У ВОЄННИЙ І ПІСЛЯВОЄННИЙ ЧАС

Початок другого десятиліття ХХІ століття став для світової економіки часом на випробування. Спочатку – локдауном, викликаним COVID-19, а нині – українсько-російською війною, наслідком якої може стати не лише гуманітарна катастрофа й економічна нестабільність в Україні, а й продовольча криза в Європі та світі. Тому надважливим є пошук шляхів стабілізації українського фінансово-економічного середовища, базисом чого може стати вивчення досвіду післявоєнної відбудови економіки розвинених країн.

Наприкінці Першої світової війни Велика Британія, через катастрофічне зростання рівня безробіття та дефіциту бюджету, змушена була переглянути інструменти та пріоритети економічної діяльності, серед яких особливо кардинальних змін зазнала фіскальна політика.

Так, зокрема, акценти оподаткування були перенесені з непрямих податків на прямі. Особливих змін зазнало прибуткове оподаткування доходів населення: у 1915 р. було скорочено межу пільги прибуткового оподаткування зі 160 фунтів до 130, а стандартну ставку навпаки – підвищено з 5,8% до 30%. Окремо знизився поріг над податку з 5000 до 2000 фунтів, а на надприбуток введено мито. І хоча у 1920 році межу звільнення від прибуткового оподаткування було переглянуто до 135 фунтів, довоєнного рівня – 250 фунтів – вона не досягла. Однак скарбниця Великої Британії шукала додаткових джерел надходжень, і серед розглянутих і таких, що отримали підтримку, превалюючими стали: мито на надприбутки, що діяло за ставкою 60% і корпоративний податок у розмірі 5% для компаній з обмеженою відповідальністю [1].

Після II Світової війни Велика Британія зосередила увагу податкової реформи на податку на спадщину та податку на нерухомість, ставки яких суттєво зросли. Також відзначилося значне підвищення рівня прибуткового оподаткування доходів населення [2].

Загалом, якщо ж звернути увагу на податкові реформи, що проводилися країнами Європи після II Світової війни, то, як вважають Сара Торрегроса й Оріол Сабат, у нинішній кризі слід робити акцент на прибутковому податку (податок на доходи фізичних осіб), зокрема піднятті його ставок. Водночас варто пам'ятати, що означені дії доречні виключно за умови низького рівня інфляції або її відсутності. У протилежному випадку ставку податку слід знижувати, причому за рахунок активної прогресії, аби розширити коло потенційних платників податку та за їх рахунок наповнити бюджети фінансовими ресурсами [3].

«Прогресивні податки не тільки різко вирости під час війни, але і в останні роки залишалися важливими для фінансування сучасної держави.



Прибутковий податок змінився з «вузьких» зборів з багатих сімей на внески, що сплачувалися звичайними громадянами. Те, що було «класовим податком», стало «масовим податком», – так характеризує ситуацію з прибутком оподаткування згадуваних вище часів С. Стейнмо [4].

Розглядаючи уроки податкового реформування у післявоєнний період у Сполучених Штатах Америки, Е Тодер зауважує: «Як і в час Другої світової війни, нам, ймовірно, знадобляться як підвищені податки для людей з високими доходами, так і новий широкий податок для всього населення загалом». Окремо він зауважує на необхідності підвищення ставки прибуткового податку й утриманні її у такому стані ще протягом певного часу, а також не виключає варіанту трансформаційних змін податку на додану вартість [5].

Зважаючи на висвітлені позиції реформування податкових систем зарубіжних країн у воєнний і післявоєнний час, слід узагальнити, що у моменти кризових переломів відновлення фінансово-економічної системи відбувається значною мірою за рахунок податкових реформ. І, незважаючи на непопулярні кроки з підняття податкових ставок, головні акценти концентруються на прямих податках, де можна забезпечити розширене коло платників. Дані кроки зумовлюються тим, що прямі податки, на відміну від непрямих, розцінюються як справедливіші. А підняття ставок непрямих податків призводить до зростання цін, що стає деструктивним елементом з позиції відновлення довіри до держави та зростання рівня її фінансового забезпечення.

Список використаних джерел

1. End of war and fiscal change. The Cabinet Papers. URL: <https://www.nationalarchives.gov.uk/cabinetpapers/themes/end-war-fiscal-change.htm> (дата звернення 24.03.2022)
2. What the aftermath of WW2 can teach us about where taxes are heading now. Blue SKY Chartered Financial Planners. URL: <https://blueskyifas.co.uk/what-the-aftermath-of-ww2-can-teach-us-about-where-taxes-are-heading-now/> (дата звернення 24.03.2022)
3. Sara Torregrosa and Oriol Sabaté (2019) How wartime inflation affected tax progressivity and redistribution. The Economics of the Second World War: Seventy-Five Years On. Voxeu. 27.11.2019. URL: <https://voxeu.org/debates/commentaries/how-wartime-inflation-affected-tax-progressivity-and-redistribution> (дата звернення 23.03.2022)
4. Steinmo, S. (2003) The evolution of policy ideas: tax policy in the 20th centuryю *British Journal of Politics and International Relations*, 5 (2): pp: 206–236.
5. Toder, Eric (2020) What Tax Experts Can Contribute: Lessons from World War II. Taxpolicycenter. 31.03.2020. URL: <https://www.taxpolicycenter.org/taxvox/what-tax-experts-can-contribute-lessons-world-war-ii> (дата звернення 24.03.2022)





Безкровний О. В., к.е.н, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Галушко В. В., Козюпа О. В., здобувачі вищої освіти
СВО магістр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

СУЧАСНІ НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЯ ДЖЕРЕЛ ФОРМУВАННЯ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств безпосередньо залежить від обсягу, структури та джерел формування оборотних активів. Забезпечення оптимального обсягу оборотних активів і його частки у структурі активів підприємства є актуальною проблемою для всіх підприємств. Адже через управління оборотним капіталом можна впливати на ліквідність і платоспроможність підприємства, дохідність і ризики, що з ними пов'язані.

Дослідження та оцінка результатів господарської діяльності окремих аграрних підприємств показали неефективність управлінських рішень у галузі менеджменту оборотних активів підприємства, а саме вилучення оборотних активів зі сфери виробництва у сферу обігу, що викликає необхідність додаткового залучення фінансових ресурсів. Відмічені негативні тенденції обумовлюють необхідність розробки та обґрунтування нових підходів до проведення ефективної політики фінансування оборотних активів.

При використанні підприємством залучених коштів для формування оборотних коштів, доцільно розрахувати ефект фінансового левериджу, який показує, на скільки відсотків підвищиться рентабельність власного капіталу за рахунок залучення позикового капіталу, незважаючи на його платний характер.

Класичний підхід до визначення ефекту фінансового левериджу передбачає виділення трьох основних складових:

- податковий коректор – показує, в якій мірі проявляється ефект фінансового левериджу у зв'язку з різним рівнем оподаткування прибутку.
- диференціал фінансового левериджу – показує, чи приносять залучені кредити прибуток або збитки на власний капітал.
- плече фінансового левериджу – характеризує суму позикового капіталу з розрахунку на одиницю власного капіталу.

Загалом розрахунок ефекту фінансового левериджу дає змогу побачити, що підприємству доцільно формувати оборотні кошти за рахунок позик та кредитів, але не у великих обсягах.

Досить важливим принципом оптимізації оборотних коштів підприємства, загалом, і аграрного, зокрема, є встановлення співвідношення джерел формування оборотних коштів та напрямів їх розміщення. В основі цього співвідношення, як зазначає М. Забаштанський знаходиться підхід узгодження строків, який полягає в узгодженні строків існування активів та зобов'язань. Основна мета цього підходу, за його твердженням, полягає у зменшенні ризику неспроможності підприємств у встановлений строк



розраховуватися за рахунками кредиторів [2].

Виходячи з цього принципу основні фонди та постійна частина оборотних коштів повинна формуватися із довгострокового капіталу (власного капіталу та довгострокових кредитів). Перемінна частина оборотних коштів повинна формуватися із короткострокових кредитів та кредиторської заборгованості. Але на практиці, через різні причини, таке співвідношення порушується. На основі цього виділяють два підходи до формування оборотного капіталу.

Агресивний підхід фінансування оборотних коштів, за словами О. Білозор, полягає у збільшенні питомої ваги короткострокових кредитів та кредиторської заборгованості. В цьому випадку постійна частина оборотних активів, а іноді і деяка частина основних фондів формуються за допомогою короткострокових пасивів [1].

Така політика, на наш погляд, є високо ризикованою і підвищує фінансові ризики та ризики неплатоспроможності підприємства. Також така політика зменшує можливості підприємства швидко збільшувати обсяги своєї діяльності, оскільки підприємство вже використовує значні обсяги короткострокових кредитів, тобто зменшує фінансовий потенціал підприємства. Однак короткострокові позики обходяться дешевше, ніж довгострокові, що зменшує вартість використання оборотного капіталу.

Супротивним до агресивного є консервативний підхід, який передбачає збільшення питомої ваги довгострокового капіталу. Тобто, постійна частина оборотних коштів та змінна частина оборотних коштів формуються за рахунок довгострокового капіталу, а сезонний приріст оборотних коштів за рахунок короткострокових кредитів.

Удаючись до фінансування оборотних коштів за таким підходом, підприємства використовують тільки незначний обсяг короткострокового кредиту і тільки в ті моменти, коли необхідність в оборотних коштах сягає найвищої потреби. В періоди відсутності потреби в оборотних коштах надлишки залучених коштів можуть резервуватися у вигляді короткострокових вкладень у високоліквідні цінні папери. Реалізація консервативної стратегії є менш ризиковою і збільшує фінансовий потенціал підприємства, але збільшує вартість використання оборотного капіталу [3, 4].

Консервативна стратегія сьогодні неможлива до практичного застосування через відсутність розвинутої та стабільної фінансової інфраструктури, яка, з одного боку, забезпечувала б довгострокове кредитування, а з іншого – давала б можливість розміщувати кошти у високоліквідні активи (практично високоліквідні цінні папери відсутні на фондовому ринку України).

В цілому, як показує досвід, практика банківського кредитування виробничих запасів і готової продукції, незавершеного будівництва, витрат майбутніх періодів, залишків малоцінних і швидкозношуваних предметів та запасних частин за рахунок довгострокового капіталу, на нашу думку, є більш



раціональною.

Така система фінансування спроможна відновити платоспроможність підприємств і сприяє своєчасному придбанню сировини та матеріалів і здійсненню розрахунків за придбані засоби праці.

Список використаних джерел:

1. Білзор О. Ю. Особливості управління оборотними активами сільськогосподарських підприємств. *Матеріали студентської наукової конференції Полтавської державної аграрної академії*, 16-17 квітня 2020 р. Том I. Полтава: РВВ ПДАА, 2020. С. 292–295.

2. Забаштанський М. М., Забаштанська Т. В. Особливості управління оборотними активами агропромислових підприємств України. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління* : зб. наук. праць. – Чернігів : Вид-во ЧДІЕУ. 2019. № 1(13). С. 200-205.

3. Пельтек Л. В., Писаренко С. М. Методологічні аспекти формування системи управління оборотними активами підприємства. *Вісник Запорізького національного університету* : зб. наук. праць. 2019. № 1(5). С. 43-49.

4. Соколова Е. О., Козак Г. С. Напрями підвищення ефективності управління оборотними активами підприємства. *Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія: Економіка і управління*. 2020. Вип. 21-22(2). С. 216-221.





Безкровний О. В., к.е.н, доцент, професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Лопатка В. О., Павленко А. А., здобувачі вищої освіти
СВО магістр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВ

Ефективність основних засобів це результат, здобутий у вигляді отриманого ефекту, що співвідноситься з витраченими ресурсами. Підвищення ефективності полягає в досягненні найбільших результатів при відповідному рівні розвитку продуктивних сил порівняно з витратами праці, використаними на створення продукту.

Для оцінки резервів підвищення ефективності основних засобів необхідно насамперед знати реальний рівень використання основних засобів і конкретні можливості його підвищення. Поліпшення використання основних засобів може бути забезпечене екстенсивним та інтенсивним шляхом.

Екстенсивних шлях полягає у збільшенні тривалості роботи, скороченні цілозмісних і внутрішньо змінних витрат робочого часу, підвищення коефіцієнта змінності. Показники екстенсивного використання основних засобів, як зауважує Н. Левицька, характеризують їхнє використання в часі, а показники інтенсивного використання основних засобів характеризують величину знімання продукції на одиницю часу з певного виду устаткування (або виробничих потужностей) [1].

Інтенсивний шлях характеризується підвищенням завантаження устаткування і збільшенням рівня використання їхньої потужності. Основними напрямками підвищення інтенсивного завантаження устаткування є: удосконалення технології та організації проведення робіт; правильний вибір машин і робочого устаткування; підвищення кваліфікації працівників, зайнятих їхньою експлуатацією; впровадження сучасних технологій.

Інтенсивне навантаження основних засобів зумовлює зниження собівартості продукції (за рахунок скорочення всіх постійних витрат) і зростання продуктивності праці. Однак показник інтенсивного навантаження основних засобів більшою мірою, ніж показник екстенсивного навантаження, пов'язаний з характером виробництва і технічного процесу.

У більшості випадків окремі показники, до яких належать показники екстенсивного й інтенсивного використання устаткування, як вважає М. Романенко, не можуть бути застосовані, тому що вони показують лише міру використання окремих елементів основних засобів, тому для визначення використання всієї маси основних засобів на підприємстві варто застосувати узагальнюючі показники [2].

Найбільш важливим з узагальнюючих показників є фондівіддача основних засобів, що показує загальну віддачу від використання кожної гривні, витраченої на основні виробничі засоби, тобто ефективність цього вкладення



коштів, її зростання дає змогу знижувати обсяг навантаження і відповідно збільшувати частку фонду споживання. Отже, не змінюючи загального обсягу нагромаджу вальної частини можна підвищити частку коштів на розвиток виробничої сфери.

Підвищенню фондовіддачі сприяють: поліпшення проектування, скорочення часу розробки технічної документації прискорення будівництва і зменшення строків освоєння основних засобів, що знову вводять до експлуатації; поліпшення структури основних засобів, підвищення питомої ваги їх активної частини до оптимальної величини з устаткуванням раціонального співвідношення різних видів устаткування; екстенсивне використання основних засобів, збільшення коефіцієнтів змінності, ліквідація простоїв устаткування; інтенсифікація виробничих процесів шляхом впровадження передової технології, підвищення швидкості роботи машини і устаткування, розвиток наукової організації праці; скорочення ремонту активної частини основних засобів шляхом спеціалізації і концентрації ремонтного господарства (майстерні); поліпшення матеріально-технічного постачання основних засобів тощо.

Важливими факторами основних засобів, що впливають на рівень використання, за словами К. Шамрай, є міра концентрації виробництва, його ритмічність, рівень спеціалізації. Негативно впливає на використання устаткування розпилення вільних засобів: воно спричиняє розосередження засобів механізації, збільшення часу на перебазування в потрібну галузь наднормативні витрати часу на монтаж і демонтаж устаткування [3].

Не менш важливим фактором поліпшення використання основних виробничих засобів є підвищення продуктивності машин на одиницю часу – фондоємність. Показник фондоємності характеризує необхідну величину основних засобів для виробництва продукції заданої величини, або скільки основних засобів закладено в кожній гривні виробленої продукції. Якщо обсяг товарної продукції на майбутній період не змінюється, то немає необхідності збільшувати основні засоби – треба їх тільки вдосконалювати, тобто замінити застаріле обладнання прогресивною технікою. При зростанні обсягу товарної продукції на майбутній рік треба визначати перспективну потребу в основних виробничих фондах.

Одним з найважливіших узагальнюючих показників, що характеризують економічну ефективність роботи підприємства, є рентабельність. Підвищення рівня рентабельності потребує мобілізації внутрішніх резервів виробництва, послідовного проведення всіх видів робіт, спрямованих на поліпшення всіх видів ресурсів, збільшення маси прибутку.

Для розробки організаційно-технічних заходів щодо поліпшення виробничих потужностей, як свідчить В. Швець, треба виконати аналіз з виявлення відповідних резервів виробництва [4].

Досягнення стратегічної мети управління визначається ефективністю наступних управлінських завдань (рис. 1).



Також для підвищення ефективності використання основних виробничих засобів на основі аналізу результатів впровадження шляхів підвищення ефективності використання основних засобів, економічний ефект від яких структурна ланка планує отримати у вигляді збільшення фондівіддачі та зниження фондоемності, можна запропонувати такі шляхи:

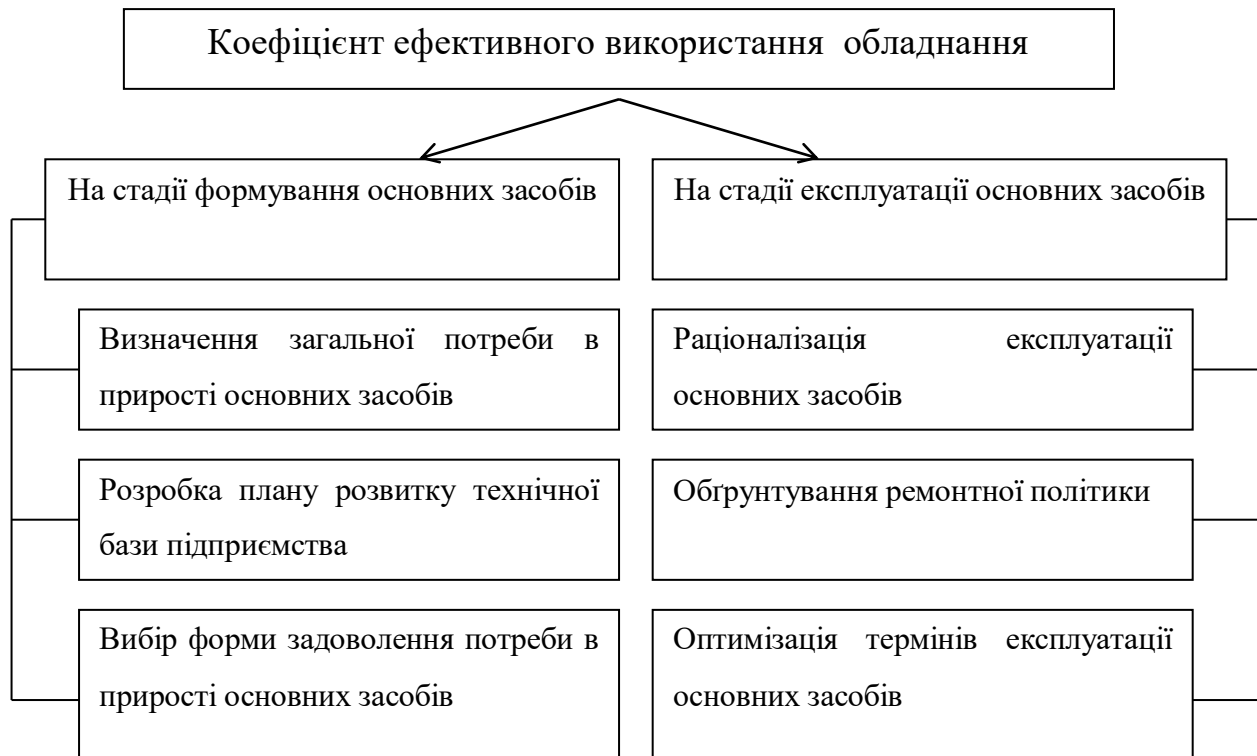


Рис. 1. Шляхи покращення ефективності використання основних засобів

- скорочення термінів ремонту і подовження міжремонтного періоду;
- модернізація устаткування, реконструкція, переозброєння;
- підвищення якості ремонтів;
- стійка та ритмічна робота згідно з графіком (планування повного завантаження устаткування);
- механізація та автоматизація виробництва і робіт;
- підвищення рівня спеціалізації виробництва;
- збільшення змінності роботи;
- підвищення кваліфікації працівників.

Підсумовуючи вищесказане зауважимо, що, забезпечення стабільного підвищення рівня ефективності використання засобів вимагає постійного контролю за технічним станом основних засобів з одночасним залученням фахівців при проведенні складних ремонтів, вивченні ринку виробництва, кон'юнктури ринку збуту та обґрунтуванні потреби у використанні основних засобів на умовах оренди.

Список використаних джерел:

1. Левицька Н. Ефективність використання основних засобів. *Податкове*



планування. 2021. № 3. С. 45–54.

2. Романенко М. І. Ефективність використання основних виробничих фондів та розробка пропозицій щодо її поліпшення. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2018. № 3. С. 318–321.

3. Шамрай Катерина, Щелкунова Марина, Лашко Тетяна. Ефективність використання основних засобів підприємств аграрної сфери та сучасні напрями її підвищення. *Матеріали доповідей науково-практичних конференцій здобувачів вищої освіти за результатами проходження виробничих та технологічних практик [„Сучасний стан і перспективи вдосконалення практичної підготовки здобувачів вищої освіти факультету обліку та фінансів”]*. Полтава : ПДАА, випуск 11, 2021. С. 47–49.

4. Швець В., Борисюк О. Необоротні активи в системі кругообороту капіталу підприємства. *Економіка*. 2019. № 118. С. 53–55.





Бердєєв А., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП «Облік, аудит і оподаткування»

Науковий керівник – **Єршова Н.Ю.**, д.е.н.,

професор кафедри обліку і фінансів,

Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

ОСОБЛИВОСТІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНИ

Економічне зростання держави забезпечується розвитком малого та середнього бізнесу (МСБ). Малі та середні підприємства характеризуються динамічністю та мобільністю, сприяють вирішенню проблем зайнятості населення, породжують конкуренцію. Це обумовлює актуальність фінансового забезпечення їх розвитку, орієнтованого на інновації. Дослідженню інноваційного розвитку підприємств, актуальних проблем фінансового забезпечення присвячено наукові праці вітчизняних вчених, зокрема Л.О. Волошук, М. В. Заплатинського, Н.Ю. Єршової, Ю.О. Лупенко, О.І. Линник, В.В. Іванишин та ін. [1-3]. Питаннями активізації інформаційного забезпечення управління інноваційним розвитком підприємств присвячено праці Б.О., Кондратьєва, О.В. Захарчук, С.М. Ілляшенка та ін. [4-6].

Особливості фінансового забезпечення розвитку МСБ в умовах реалізації євроінтеграційної стратегії України визначається тим, що найбільша фінансова підтримка інноваційного підприємництва здійснюється за рахунок фінансування прикладних наукових та науково-технічних розробок, виконання робіт за державними цільовими програмами і державним замовленням [6]. Проте, система фінансової підтримки діяльності суб'єктів малого підприємництва має будуватися на забезпеченні їх безперервного інноваційного розвитку.

За період 2014-2020 рр. програмою фінансування досліджень та інноваційних розробок у ЄС був Horizon 2020 (бюджет 80 млрд. €). В рамках даної програми діяв напрям «Інновації для підприємств МСБ» із загальним бюджетом 3 млрд. євро. Одним з європейських механізмів підтримки МСБ у 2014-2020 рр. був також COSME (Європейська програма для малого та середнього бізнесу, бюджет 2,3 млрд. €). Проте, у країнах Європейського Союзу замість прямої фінансової підтримки з відповідного бюджету актуальною є політика створення сприятливих умов для ведення інноваційної діяльності через створення та підтримку бізнес-інкубаторів, технопарків, технополісів, кластерів з розвиненою інфраструктурою підтримки бізнесу. Але в Україні розвиток кластерів гальмується низкою причин: складність фінансування та планування їх розвитку через нестабільну економічну та політичну ситуацію, застарілі підходи до управління, недовіру до ефективності кластерної моделі розвитку та ін. Значну частку у фінансуванні інноваційного розвитку вітчизняного МСБ становлять власні кошти. Незначна частка коштів іноземних інвесторів пояснюється високим рівнем політичних та економічних ризиків в Україні, високим рівнем інфляції, нестабільним законодавством,



браком достовірної інформації про реальний стан об'єктів інвестування та ін. Проте, в Україні створений та діє «Фонд підтримки малого інноваційного бізнесу», який є державною небанківською фінансово-кредитною установою і надає пряму фінансову підтримку МСБ [7]. За посередництва Фонду можуть надаватися певні види фінансової підтримки. Серед основних повне безвідсоткове кредитування; часткове безвідсоткове кредитування (50%); повна або часткова компенсація відсотків комерційних банків, що кредитують інноваційні проекти; державні гарантії комерційним банкам; майнове страхування реалізації інвестиційних проектів. Ще одним напрямом фінансового забезпечення інноваційного розвитку МСБ є безповоротні цільові субсидії, субсидії на придбання і впровадження нових технологій. Податкові пільги є ще одним із напрямків фінансового стимулювання проведення інноваційної діяльності суб'єктами малого та середнього бізнесу.

Таким чином, вважаємо, що для підтримки інноваційного розвитку МСБ необхідно відкрити доступ до притоку прямих іноземних інвестицій та кредитування суб'єктів МСБ через спеціальні фонди, спільно з міжнародними установами. Вирішенню проблеми фінансового забезпечення сприятиме створення розгалуженої інфраструктури технологічного трансферу, інноваційно-інвестиційних кластерів.

Список використаних джерел

1. Волощук Л. О., Науменко К. І. Фінансова стратегія в управлінні розвитком та економічною безпекою підприємств. *Економічний журнал Одеського політехнічного університету*. 2017. № 1 (1). С.23-30.
2. Линник О. І., Єршова Н. Ю. Проблеми функціонування та розвитку мікро-, малого та середнього бізнесу сфери послуг в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2021. 2(29). С. 74-80.
3. Заплатинський М. В. Проблеми фінансового забезпечення інноваційної діяльності підприємств в Україні. *Агросвіт*. 2020. № 4. С. 83–90.
4. Iershova N. Yu., Lynnyk O. I. Information and accounting support for investment analysis of business for management decision making in INDUSTRY 4.0. *Вісник національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (Економічні науки)*. 2021. №1. С. 5-11.
5. Кондратьєв Б. О., Єршова Н. Ю. Інформаційне забезпечення управління діяльністю підприємства: теоретичні та практичні аспекти удосконалення http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48071/1/Kondratiev_Informatsiine_zabezpechennia_2020.pdf
6. Iershova, N. Ju. Rozvytok metodologichnyh osnov formuvannja integrovanoi' zvitnosti. *Naukovyj visnyk Uzhgorods'kogo universytetu, Serija Ekonomika*, 2016. Vol. 1 (47), pp. 451–459.
7. Офіційний сайт Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва. Узагальнені звіти про стан виконання регіональних програм розвитку малого підприємництва в Україні. Available at: <http://www.dkrp.gov.ua>.





ЦИФРОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ В БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ

Технології стимулюють зміни в усіх аспектах життя. Це, безумовно, стосується також і фінансової галузі. Зростання споживчого попиту на цифрові банківські послуги призвело до численних технологічних досягнень у фінансових установах, в основі яких лежить штучний інтелект.

Трансформація цифрового банкінгу розпочалася з обмежених онлайн-банківських послуг, що сприяло переходу до ринку цифрових послуг.

«Цифровий банкінг» виник через підвищення попиту споживачів на більш ефективні способи доступу до банківських записів та здійснення фінансових операцій за межами місцевих відділень, чому сприяло обмеження підчас пандемії.

Онлайн-банкінг пропонують як традиційні банківські установи, так і технічно підковані стартапи. Це стосується найпростіших банківських операцій, таких як оплата рахунків і перекази на рахунок. Такі послуги зазвичай здійснюються на веб-сайті банку, де клієнти вводять певну реєстраційну інформацію для доступу до своїх фінансових рахунків.

Згодом Інтернет-банкінг надихнув мобільний банкінг, який пропонує, по суті, ті ж послуги, але через використання мобільного пристрою, такого як планшет або смартфон. Мобільний банкінг надає користувачам можливість виконувати банківські завдання через мобільні канали, а цифровий банкінг включає всі банківські функції, доступні в цифровому вигляді через Інтернет.

У той час як більшість класичних банківських установ пропонують онлайн-послуги, цифрові банки розробляються повністю в електронному вигляді. Банківські установи, які працюють лише в цифровому форматі, не покладаються на фінансову підтримку та підтримку клієнтів із встановленого фізичного місця, вони працюють через цифрові платформи, які привертають увагу сучасне покоління.

У звіті про розвиток ринку Neobank в США Insider Intelligence підкреслює, як банківські установи, які працюють лише в цифровому форматі, також відомі як необанки, можуть вийти за межі традиційного банківського обслуговування США завдяки своїй здатності задовольняти запити споживачів, які володіють технологіями [1].

Згідно зі звітом, 89% респондентів у США стверджують, що використовують канали мобільного банкінгу, а 70% використовують мобільний банкінг як основний спосіб доступу до своїх рахунків [1].

Важливо розуміти варіанти банківських технологій і розуміти, як їх використовувати для задоволення власних потреб. Деякі з них вже використовуються, інші плануються до запровадження та одного дня можуть стати передовими серед методів у банківському світі.

Наведемо кілька прикладів нових банківських технологій, які можуть



вплинути на взаємодію з національними та офшорними фінансовими установами [2-4].

1. Створення цифрового банківського рахунку. Хоча деякі банківські установи все ще вимагають фізичного відвідування відділень для відкриття рахунків, ситуація змінюється. Зараз багато з них пропонують безпечний процес подачі заявки через свої веб-сайти.

Ця технологія усуває потребу в забезпеченні представництва місцевого агента для відкриття офшорного рахунку в багатьох країнах. Це також означає, що для особистого відкриття рахунку більше не потрібно їхати до обраної країни.

2. Інтерфейси прикладного програмування. У той час як інші галузі були першими учасниками інтерфейсів прикладного програмування (API), фінансова галузь відставала. Програмне забезпечення API дозволяє двом додаткам спілкуватися один з одним. Іноді це може передбачати впровадження додаткового програмного забезпечення для підтримки безпеки та міцності цих з'єднань.

Використання API в банківській справі продовжує зростати. Згідно зі звітом Cornerstone Advisors «Що відбувається в банківській справі 2021», більше половини кредитних спілок у Сполучених Штатах прийняли API [2]. Банки використовують API для збору аналітики, персоналізації своїх послуг, переказу коштів та багато іншого. Цей тип інновацій може підвищити ефективність внутрішніх операцій та покращити досвід роботи з клієнтами.

3. Хмарні обчислення. Технологія хмарних обчислень широко використовується у фінансовій галузі. Дані завантажуються в хмару, а не зберігаються виключно на локальних серверах, які працюють при банківській установі. Це захищає інформацію від стихійних лих тощо.

4. Відеоконференції. Банки пропонують багато видів фінансових консультацій, в яких може виникнути потреба у клієнта. Проте особисті зустрічі складно організувати, особливо під час пандемії, тому багато банківських установ пропонують своїм клієнтам відеосесії та онлайн-зустрічі з дому за допомогою пристрою, підключеного до Інтернету.

5. Блокчейн. За останні роки криптовалюта стала інвестиційно привабливою. Ці валюти зазвичай покладаються на використання технології блокчейн. Розроблена для забезпечення конфіденційності та ефективності, ця технологія привертає більше уваги банкірів і тих, хто керує сторонніми платіжними послугами. Сьогодні можна використовувати криптовалюту для оплати покупок у деяких постачальників. Особливість криптовалюти полягає в тому, що для її покупки чи використання не потрібно проходити звичайний банківський процес.

Іноді кажуть, що блокчейн має такий самий вплив на фінансові транзакції, як Інтернет на поширення звичайних медіа. Ця технологія надає банкам багато переваг, включаючи вищий рівень захисту від хакерів, прискорення транзакцій і незмінні історичні записи транзакцій. Це лише кілька



факторів, які спонукали більшість банківських установ задуматися про інтеграцію технології блокчейн у свої діючі системи.

6. Особисті розрахунки. Платежі від особи до людини, які часто називають P2P платежами, останнім часом стали все більш поширеними. Більше не потрібно звертатися безпосередньо через банк для переказу чи отримання платежів. Натомість це можна зробити за допомогою сторонніх платіжних сервісів. Банківські установи відіграють певну роль у цьому процесі, але це скоріше внутрішній механізм. В результаті все більше банківських установ забезпечують наявність процесів для отримання депозитів і переказу коштів на послуги P2P за бажанням клієнта банку.

7. Роботизована автоматизація процесів. Технологія автоматизації роботизованих процесів (RPA) дає змогу автоматизувати багато завдань, які колись виконувались вручну. Цей підхід дає можливість обробляти всі деталі, пов'язані з новими налаштуваннями облікового запису, перевіряти дані, надіслані клієнтом, проводити перевірки безпеки, керувати аналізом даних і навіть обробляти відповіді на проблеми клієнтів [2].

Роль штучного інтелекту (ШІ) у використанні RPA є ключем до розуміння того, як він працює. Завдяки ШІ можна автоматизувати онлайн-чати з клієнтами та керувати іншими типами взаємодії [3]. Очікується, що ця технологія буде використовуватися на всіх рівнях банківської справи, приділяючи особливу увагу тому, щоб клієнти отримували позитивний досвід при зверненні до банківської установи за допомогою щодо своїх рахунків.

Отже, враховуючи вище викладене, можемо відмітити, що процес цифрової трансформації в банківській справі продовжується. Використання банківських технологій дає можливість стверджувати про розвиток банківської справи. Удосконалення діючих банківських технологій та розробка нових забезпечуватиме найвищий рівень ефективності діяльності банківських установ та обслуговування клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Wewege L. (2021). Seven Emerging Banking Technologies To Watch. Forbes Finance Council. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2021/11/12/seven-emerging-banking-technologies-to-watch/?sh=29e18895220b> (дата звернення: 22.03.2022).

2. Phaneuf A. (2022). The disruptive trends & companies transforming digital banking services in 2022. URL: <https://www.insiderintelligence.com/insights/digital-banking-trends> (дата звернення: 22.03.2022).

3. Дроботя Я., Бражник Л., Дорошенко О. Диджиталізовані інновації банківського бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск № 23. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-15> (дата звернення: 22.03.2022).

4. Лункіна Т.І., Бурковська А. В., Гуліч К.О. Застосування фінансових технологій у банківській системі. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. 2021. Вип. 2. С.27-35.



Бражник Л. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Чумак В. Д., к.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

РОЛЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЯК ФІНАНСОВИХ ПОСЕРЕДНИКІВ

Посередницька діяльність комерційних банків є дуже складним процесом, пов'язаним із ризиком, як самої кредитної організації, так її клієнтів. Незважаючи на досить тривалі наукові дослідження, проведені насамперед зарубіжною спільнотою, у сфері банківської інтермедіації залишилося багато невирішених проблем, тим паче, що розвиток економіки постійно ставить нові завдання. Зокрема, йдеться про ризики, які схильні до мутацій, постійно видозмінюються. Наразі комерційні банки працюють у несприятливих соціально-політичних і економічних умовах. Більше того, сьогоднішнє фінансове посередництво слід розглядати як триєдиний процес, зміст якого полягає в тому, що інтермедіація одночасно здійснюється за вектором трансформації ресурсів в інвестиції, у контексті видозміни та передачі маси ризику від одного учасника ринку до іншого та здійснення розрахунково-платіжного обслуговування клієнтів [1].

У трансформаційних умовах фінансове посередництво, зокрема банківське, доречно розглядати крізь призму довірчих відносин. Система довіри у банківській сфері докорінно відрізняється від інших, передусім, нефінансових сфер економіки. Така особливість пов'язана з тим, що банки трансформують і ризикують не власними, а переважно залученими ресурсами. Необхідно враховувати ключові фактори зміцнення довіри до банківської установи: зниження системного ризику, розвиток корпоративного управління та внутрішнього контролю, підвищення прозорості та ринкової дисципліни на ринку банківських послуг [2]. У зв'язку з цим, держава створює умови, за яких банки змушені зважати на адміністративне та економічне регулювання НБУ та інших державних органів управління.

Досліджуючи фінансове посередництво доцільно розставляти акценти у траєкторіях здійснення кредитними організаціями двох взаємозалежних процесів: посередництва, як такого та агентування. У трактуванні різних фахівців часто ці процеси постають як абсолютно однакові, а «посередництво» й «агентування», як терміни в економіці фактично ототожнюються. Посередницька функція комерційного банку є основою, що породжує сутнісні ризики кредитних організацій, що впливає через кредитний та інші інструменти та механізми на розвиток економіки країни [3].

Оскільки у довірі виражений аспект специфіки взаємодії банку з фінансовим середовищем, можна стверджувати, що довіра є домінантним базисом при встановленні посередницьких відносин. Вона проявляється у цій функції досить чітко, кредитній організації довіряють: держава; клієнти банку; треті особи, що отримують і надають різноманітні послуги. Цифровізація,



розвиток банківських платформ і додатків, не тільки сприяють швидкому просуванню, як традиційних банківських, так нефінансових послуг, але і створюють умови для контролю за операціями у будь-який час.

Процеси, опосередковані банківським агентуванням, дуже повно вивчені вченими-правознавцями, але цілком проігноровані фахівцями, які працюють над розробкою фінансової тематики. До основних принципів інтермедіації слід віднести: а) безперервність; б) оптимальність; в) алокаційність (розподіл-перерозподіл); г) агрегаційність. Їх недотримання призводить до важких наслідків, тому виступають у ролі своєрідних внутрішніх стандартів комерційного банку, встановлюють методи організації ефективної діяльності банків із фінансового посередництва.

Розглядати комерційні банки необхідно як провідні суб'єкти фінансового посередництва, що виконують важливу функцію, формуючи для суспільства ефективний механізм міжгалузевого та міжрегіонального перерозподілу грошового капіталу. Процес створення нових зобов'язань та їх обміну на зобов'язання інших контрагентів становить основу та сенс фінансового посередництва. Акумуляуючи грошові капітали з різних джерел, ці посередники створюють загальну знеособлену масу коштів.

Крім того, фінансові посередники не тільки надають традиційні послуги на фінансово-кредитному ринку (депозитно-кредитна, розрахункова діяльність, страхування, брокерські та депозитарні операції тощо), а й самі є активними учасниками (емітентами, інвесторами) ринку цінних паперів. Посередницька модель полегшує використання існуючих механізмів забезпечення конфіденційності та управління ідентифікаційними даними, підвищує здатність приватного сектора до інновацій та знижує ймовірність дестабілізації у функціонуючій фінансовій системі.

Виходячи з наукового аналізу вітчизняних та зарубіжних літературних джерел та дослідження сутності процесу посередництва, розглядати банк можна як інститут, що діє на основі економічного довіри, що надає пряме сприяння суб'єктам ринку у трансформації їх заощаджень в інвестиції (через фінансовий ринок), тобто видозмінює їх вільні кошти та заощадження в інвестиції, приймаючи ризики (через кредитний ринок), надає агентські послуги, включаючи проведення фінансових розрахунків за дорученням своїх клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Дроботя Я. А. Управління фінансовими ризиками: навч. посіб. Полтава: ПДАА, 2019. 160 с.
2. Принципи корпоративного управління для банків від 08 липня 2015 року / Базельський комітет із питань Банківського нагляду. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/MU15164> (дата звернення: 21.02.2022).
3. Аранчій В. І, Бойко Л. М., Черненко Л. В. Гроші та кредит: навч. посіб. Львів: Магнолія 2006, 2010. 300 с.





РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах ведення бізнесу конкурентоспроможність підприємства перетворюється на ключовий чинник, який створює можливості досягати стратегічних орієнтирів розвитку та займати стійкі позиції на ринку. Формування конкурентних переваг значною мірою залежить від здатності суб'єктів господарювання раціонально використовувати наявні ресурси. У цій площині ресурсний потенціал стає платформою для економічного зростання, ефективного функціонування та підвищення конкурентного статусу підприємства.

Одним з основних системних чинників, які суттєво впливають на ефективність функціонування будь-якого підприємства і, як наслідок, на його фінансову стійкість, платоспроможність, динамічний розвиток, рівень конкурентоспроможності, є ресурсне забезпечення поточної та перспективної діяльності. Під впливом саме цього чинника має досягатися така важлива умова стабільно тривалої й ефективної діяльності підприємства як збалансованість між потребами діяльності підприємства та ресурсами, які їх забезпечують.

Потреби, як правило, носять необмежений характер, на відміну від ресурсів, обмежених через їхню відсутність як таку або через складність отримання. Для дотримання цієї умови підприємство має визначити й реалізувати системно пов'язані етапи процесу ресурсного забезпечення, запорукою чого є побудова надійного механізму, покликаною створити основу для розроблення системи інституційних елементів, необхідних для розподілу і перерозподілу ресурсів підприємством та його структурними підрозділами, а також трансформації ресурсів з однієї форми в іншу. Конкурентоспроможність підприємства - здатність підприємства створювати, виробляти і продавати товари та послуги, цінові й нецінові якості яких привабливіші, ніж в аналогічній продукції конкурентів [1, с.26].

Конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як її порівняльна перевага відносно інших фірм цієї ж галузі усередині національної економіки і за її межами. Це означає, що конкурентоспроможність підприємства може бути виявлена (оцінена) лише в рамках групи фірм, які належать до однієї галузі, або фірм, що випускають товари-субститути. Конкурентоспроможність підприємства відіграє важливу роль для країни, адже підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку дозволяє збільшити експорт, та врівноважити платіжний баланс [2, с.42].

Найважливішими параметрами – характеристиками конкурентоспроможності підприємства, факторами, що впливають на неї є конкурентоспроможність продукції. З метою розуміння сутності ресурсного забезпечення конкурентоспроможності визначимось з трактуванням поняття



«ресурси». З економічної точки зору ресурси – це сукупність окремих елементів, які прямо чи опосередковано беруть участь в процесі виробництва товарів чи наданні послуг [1, с.19]. Тому однією з головних особливостей визначення сутності «ресурси» є їх безпосередній зв'язок з процесом виробництва. Як вже зазначалося, ресурси в процесі їх використання набувають форми факторів виробництва. І далі, ототожнюючи ресурси з факторами виробництва, варто відзначити, що єдиного визначення цього поняття також не має.

У загальному вигляді ресурси підприємства розуміються як сукупність засобів, запасів, джерел, засобів і предметів праці, що є в наявності у підприємства і які можуть бути мобілізованими і приведенними в дію, а також використаними для досягнення його цілей [3,с.28]. Слід зазначити, що обмеженість у володінні ресурсами загострює конкуренцію між виробниками, вимагаючи ефективного їх залучення та використання під час виробництва. Принципова відмінність одного підприємства від іншого обумовлена тим, що кожне з них володіє унікальним набором ресурсів. Оскільки багато з цих ресурсів не можуть бути накопиченні миттєво, то вибір підприємством тієї чи іншої стратегії обмежується поточним станом запасу ресурсів та швидкістю, з якою підприємство може їх придбати або накопичувати [4, с.56].

Необхідно мати чітко визначену стратегію управління та основні показників ресурсного забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах розвитку міжнародних економічних відносин. Будь-яке підприємство функціонує в нестабільних умовах, які змінюються під впливом різних факторів, тому виникає необхідність використовувати свої ресурси так, щоб адекватно реагувати на ці зміни. Значення ресурсного забезпечення полягає у своєчасному задоволенні потреб виробництва та забезпеченні його ритмічності протягом всього операційного циклу.

Слід звернути увагу також на те, що значення та вплив ресурсів на ефективність роботи підприємства визначається роллю, яку відіграє ресурс для досягнення цілей підприємства, можливостями його заміни, рівнем впливу ціни на окремі ресурси та оцінюється системою показників, що характеризують ефективність використання ресурсів підприємства та визначають їх вплив на кінцеві результати діяльності. Метою менеджменту підприємства у цьому разі має бути [1, с.73]:

1. Визначення складу і структури ресурсів, які мають забезпечити досягнення поставленої мети та цілі;
2. Формування оптимального ресурсного забезпечення для конкурентоспроможності підприємства в умовах розвитку міжнародних економічних відносин .
3. Визначення пріоритетних основних показників і їх обрахунків, на основі якого має здійснюватися оцінка ефективності функціонування;
4. Безперервний пошук можливих нововведень, які забезпечуватимуть постійний розвиток і удосконалення.



5. Ідентифікація можливих загроз ресурсного забезпечення та слабких ознак виробничої системи на основі аналізу впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ресурси підприємства, їх структура, обсяг, якість, та інноваційність виступають основою формування його конкурентоспроможності. Рівень конкурентоспроможності зумовлюється оптимальним поєднанням ресурсів підприємства та потенціалу спроможностей і компетенцій працівників.

Процес управління конкурентоспроможністю виступає у вигляді комплексу взаємопов'язаних етапів, на основі яких відбувається розробка стратегії розвитку підприємства, що у повній мірі повинна відповідати вимогам сучасної теорії і практики менеджменту, і означає покращення кількісно якісних показників та характеристик діяльності підприємства лише завдяки розвитку конкурентних переваг. З метою визначення змісту і кількісних характеристик конкурентних переваг, нагальним є дослідження зовнішнього середовища, яке характерно для підприємств певної галузі та підприємств конкурентів. Це систематизує необхідні умови для забезпечення розвитку стійких конкурентних переваг і ідентифікації масштабів відставання підприємства за всіма його показниками діяльності від конкурентів.

Підсумовуючи зазначене, можна виділити таку особливість ресурсного забезпечення діяльності підприємства: набуття ресурсами різноманітних трансформаційних форм у межах окремих бізнес-процесів діяльності підприємства. Дана особливість має враховуватися при побудові механізму ресурсного забезпечення діяльності підприємства взагалі, а особливо в частині оцінювання його ефективності. Адже значна відірваність вхідних бізнеспроцесів діяльності підприємства від вихідних, що є причиною різноманітності форм вияву ресурсів, робить необґрунтованим оцінювання ефективності ресурсного забезпечення через просте відношення виходів (результатів діяльності підприємства) до входів (первинної форми вияву ресурсів).

Список використаних джерел:

1. Дашко І. М. Місце і роль ресурсного потенціалу підприємства у забезпеченні конкурентоспроможності. *Вісник Хмельницького національного університету: Економічні науки*. 2020, № 6. С. 38-41.
2. Рябик Г. Є., Яворська О. Б. Стратегія управління конкурентоздатністю підприємства. *Інвестиції: практика та досвід*. 2019. № 24. С. 61–66.
3. Гавва В.Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання. Київ : Центр навчальної літератури. 2020. 224 с.
4. Жигарев В.А. Факторы и методы анализа, оценки конкурентоспособности предприятий. *Актуальные проблемы экономики и права*. 2015. № 2. С. 69-76.





Ведмідь М. О., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Науковий керівник – **Дроботя Я. А.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

МОБІЛЬНИЙ ЗАСТОСУНОК СТАРКАСА ЯК ДИДЖИТАЛІЗОВАНА ІНОВАЦІЯ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В реаліях сьогодення, розвиток інноваційних технологій веде до розширення і поповнення переліку можливостей, доступних підприємцям. Виникають нові послуги та застосунки, які значно спрощують можливості бізнесу та можливості для фізичних осіб [4].

До таких переваг сучасності, в реаліях диджиталізації, для представників малого і середнього бізнесу можна віднести новітній застосунок – STARKASA. Через популяризацію диджиталізації загалом, і платіжних додатків та послуг у смартфоні зокрема, вважаємо дослідження даного питання надзвичайно актуальним.

У зв'язку з швидкими темпами поширення диджиталізації бізнесу в Україні, виникає потреба у відповідності можливостей та засобів підприємців реаліям сучасності.

Додаток STARKASA є новацією, яка виступає застосунком для торгівлі, терміналом, касовим апаратом, котрий також може використовуватися для замовлення товарів онлайн, з залученням лише власного смартфона. Засновниками даного додатку є компанія «Київстар» та транснаціональна платіжна компанія Visa. Для компанії Visa, як співзасновника додатку STARKASA, питання кібербезпеки, безпеки платежів та простоти цих платежів є головною прерогативою загалом та в межах даного додатку зокрема [3].

Додаток є доступним для абонентів усіх мобільних операторів, котрі використовують смартфони на операційній системі Android [3].

З ціллю популяризації цього додатку наразі він є безкоштовним, однак варто врахувати, що від 30 червня 2022 р. щомісячний платіж за додаток буде становити 199 грн (за одну касу) [3].

Отже, STARKASA є мобільним багатофункціональним застосунком для малого та середнього бізнесу, використовуючи який підприємці можуть застосовувати всі функції касового апарату та POS-терміналу в межах смартфона. Даний застосунок є зручним додатком для представників малого і середнього бізнесу, таких як працівники сфери послуг (кав'ярні, салони краси, спортзали, стоматологічні та ветеринарні клініки), працівники мобільних торгових точок, вуличної торгівлі та ринків, фрилансери, майстри за викликом, кур'єри, тощо.

Відповідно до Закону України №1017-IX з 01 січня 2022 р. передбачене обов'язкове використання РРО/ПРРО для ФОП, платників єдиного податку 2-4 груп і застосунок STARKASA є досить зручним варіантом диджиталізованої каси з ПРРО [1]. З його використанням можливо:



- видати електронний чек та надіслати його у месенджер або на пошту;
- отримувати готівкові платежі;
- здійснювати повернення товару за виданим чеком;
- відкладати чек та переходити до обслуговування іншого клієнта;
- займатися веденням спрощених залишків товарів;
- надавати знижки покупцям на весь чек або окремі позиції [3].

Технологія Visa Tap to Phone, яка використовується за основну у програмі STARKASA, дозволяє здійснювати прийом платежу в сегменті малого та середнього бізнесу, для котрого традиційний еквайринг потребує суттєвих інвестицій [2, 3]. До переваг використання технології Tap to Phone слід віднести: швидкість та безпечність безготівкових платежів; заощадження коштів на оренді терміналу; можливість прийняття оплати в будь-який час та в будь-якому місці; відкладення чека на потім; можливість формування касового звіту [3].

Варто додати, що STARKASA має ширші можливості, ніж звичайні РРО/ПРРО. До таких додаткових послуг всередині застосунку можна віднести STARKASA.MARKET, який є онлайн-платформою для замовлення товарів у постачальників. Функції даного додатку полягають у можливості порівнювати ціни, отримувати сповіщення про акції і здійснювати оплату зручним для себе способом [3]. Враховуючі дані переваги підприємець може суттєво зекономити, маючи базу схожих чи однакових товарів від різних постачальників та спостерігаючи без зайвих зусиль за цінами, їх змінами та акціями.

Отже, вважаємо, що додаток STARKASA є досить зручним та вигідним диджиталізованим інноваційним проектом для бізнесу на сьогодні. Використання даного додатку гарантує простоту та безпечність платежів і цю гарантію надає платіжна компанія Visa. Хоча на даний момент, застосунок для смартфонів STARKASA ще не набув широкої популярності та має лише більше 100 завантажень з PlayMarket, однак на нашу думку, з часом він набуде більшого розголошення та популярності, адже його функціонал є широким, зручним, простим і безпечним у використанні.

Список використаних джерел:

1. Державна податкова служба України. Про застосування РРО/ПРРО та ведення обліку товарних запасів з 1 січня 2022 року. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/552335.html> (дата звернення 18.03.2022).
2. Здір В. А., Дернова І. А. Сутність еквайрингу, його види та переваги. *Економіка і суспільство*. 2017. №13. С. 1101-1102.
3. STARKASA - єдиний додаток для торгівлі. URL: <https://kyivstar.ua/uk/business/products/starkasa> (дата звернення 18.03.2022).
4. Дроботя Я. А., Бражник Л.В. Диджиталізація банківської діяльності та платіжних систем. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск. 51. С. 261-267. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastruct51-42> (дата звернення 18.03.2022).





ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СТАТИСТИКИ ОПЛАТИ ПРАЦІ

Проблема оплати праці була завжди була актуальною та сьогодні набуває не меншого поширення. Адже заробітна плата є основною частиною життя людини та суспільства в цілому. Але розмір заробітної плати впливає не лише на рівень життя людей, а й на функціонування підприємств та держави. Варто зазначити, що діяльність підприємства буде ефективнішою, якщо працівників мотивувати збільшенням заробітної плати. Тому вивчення статистики оплати праці є досить актуальною та важливою проблемою, значення якої важко навіть оцінити.

Заробітна плата - це певна грошова сума або винагорода, що виплачується працівникові роботодавцем за виконану роботу або за послуги [3, с. 23]. А також включає оплату святкових днів відпусток лікарняного і тому подібне. Заробітна плата у різних галузях ж різною та залежить від об'єму виконаної роботи, ступеня навантаження, професійних навиків робітника, ступеня кваліфікації, складності роботи та її результатів.

В оплаті праці можна виділити 3 компоненти:

1) власне заробітна плата - грошові ресурси, нараховані за виконану роботу чи наданні послуги до відрахування податків [4];

2) внески на соціальне страхування - це відрахування певної частини коштів до фонду соціального страхування та пенсійного забезпечення, що є обов'язковою умовою;

3) умовно нараховані внески на соціальне страхування - певні соціальні допомоги, що сплачують підприємства у вигляді доплати до пенсій, виплати працівникам, що отримали виробничі травми, професійні захворювання та ін.

Суть заробітної плати краще розглядати у її функціях, яких є досить багато, основні з них відображено на рисунку 1 [2, с.13].

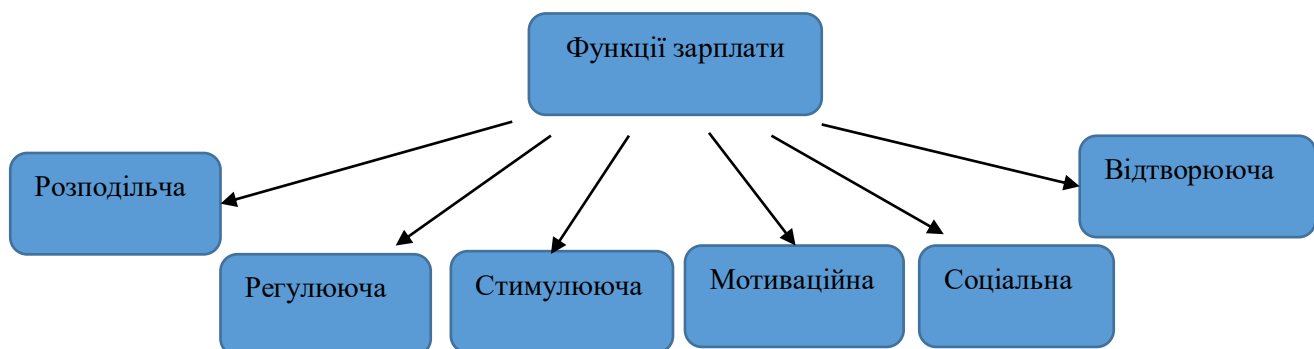


Рис. 1 - Основні функції заробітної плати

Варто зазначити, що величина фонду заробітної плати напряму залежить



від досягнутих результатів економіки країни, адже основним джерелом оплати праці є національний дохід. Статистика розглядає заробітну плату як один із структурних складових витрат виробництва та доходів населення.

Фонд оплати праці - це одна з основних складових витрат підприємства, спрямована на оплату праці, що включає основну заробітну плату, додаткову заробітну плату, а також інші компенсаційні та заохочувальні виплати. Частіше розраховується за рік, інколи за квартал або місяць. Для статистики важливим показником є середня зарплата, яку визначають на основі фонду оплати праці.

Дані фонду оплати праці використовуються для аналізу економіки, для визначення витрат на робочу силу, для ефективного здійснення виробничих функцій, а також для розрахунку ВВП, що є досить важливим показником.

Також для аналізу структури фонду оплати праці варто приділити увагу формам і системам оплати праці, основними з яких є відрядна та погодинна [4].

За допомогою статистики оплати праці можна побачити як формується фонд оплати праці, як перерозподіляється заробітна плата, з яких компонентів складається. Статистика кожного її елемента дасть змогу зрозуміти, яких змін потребує система оплати праці та як досягти економічного та соціального розвитку.

Статистика оплати праці є багатогранною та багатозадачною. До основних завдань статистики оплати праці можна віднести:

- 1) визначення розміру фонду оплати праці його структури, динаміки;
- 2) вивчення різних систем оплати праці та підбір найбільш ефективних та економічно вигідних;
- 3) розрахунок середньої заробітної плати, дослідження динаміки показника та вивчення його як одного з сегментів ВВП;
- 4) аналіз рівня середньої зарплати, оцінка факторів що впливають на неї;
- 5) розрахунок та аналіз співвідношення продуктивності та оплати праці;
- 6) аналіз розподілу заробітної плати по окремих групах робітників [1, с. 139].

Основним показником для статистики оплати праці є середня заробітна плата одного працівника. Для детального статистичного аналізу можна використовувати показники середньомісячної, середньорічної заробітної плати, а також для всього підприємства та його окремих підрозділів.

В Україні можна спостерігати чітку тенденцію до підвищення середньомісячної заробітної плати. Згідно статистичних даних [5, с. 69], що найбільший розмір заробітної плати спостерігається у Київській та Донецькій областях. Причому найменша середньомісячна зарплата спостерігається у Тернопільській, Чернівецькій та Чернігівській областях.

Також варто зазначити, що найвищу заробітну плату отримують в сфері фінансової та страхової діяльності, інформаційній сфері та сфері телекомунікацій, але в даних сферах працює близько 5% працюючих. Найнижчу зарплату отримують працівники, що зайняті у сільському господарстві, це близько 10% працюючих. Найбільше населення зайняті у



промисловій, торгівельній, транспортній сфері та отримують зарплату середнього рівня. Та все ж структура сфер зайнятості має лише частковий вплив на розмір заробітної плати, адже найбільш впливовим показником є внутрішній валовий прибуток. Тільки при позитивній динаміці ВВП, можна спостерігати підвищення заробітної плати.

Заробітна плата – встановлена ставка плати працівнику за виконану роботу, рівень якої залежить від особистих вмінь працівника, успішності галузі, в якій працює, системи оплати праці та стану економіки країни в цілому. Проблема оплати праці була і буде актуальною, адже кожен працюючий бажає отримати гідну зарплату. Тому для цього вивчення статистики оплати праці є важливим моментом. Це дасть змогу аналізувати динаміку оплати праці, вивчити фактори, що впливають на неї, знайти способи вирішення накопичених проблем.

Список використаних джерел:

1. Бараник З.П. Статистика праці: навч. посіб. К: КНЕУ, 2003. 246 с.
2. Гадзевич О.І. Оплата праці в умовах ринку: теорія, практика: навч. посіб. К. : КОНДОР, 2008. 400 с.
3. Дмитренко А.В., Ізмайло О.Р. Шляхи удосконалення обліку оплати праці та її оплати. *Економічні студії*. 2020. №2 (28). С. 22-25.
4. Про оплату праці: Закон України від 24 березня 1995 р. № 108/95-ВР URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/108/95-%D0%B2%D1%80>
5. Статистичний щорічник України за 2018 рік. Житомир, ТОВ «БУК-ДРУК», 2019. 482 с. URL: https://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/2019/zb/11/zb_yearbook_2018.pdf





Волошина Я. М., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування
Телятник С. Ю., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Дорошенко О. О.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗАПАСАМИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливий фактор розвитку та інтенсифікації виробництва – стабільна забезпеченість підприємства матеріальними ресурсами, а також їхнє раціональне використання. У ринковій економіці докорінно змінюється система постачання підприємствам сировини і матеріалів, комплектуючих виробів, енергоносіїв. Суттєво розширюється зона вибору контрагентів сировинного ринку, актуальнішою стає проблема раціонального використання матеріальних ресурсів. Головна мета аналізу запасів підприємства – визначити забезпеченість підприємства різними видами матеріальних ресурсів з погляду конкурентоспроможності його діяльності, пошуку резервів раціонального використання і зниження матеріаломісткості продукції.

Під виробничими запасами розуміють активи, які використовуються для подальшого продажу, споживання під час виробництва продукції, виконання робіт та надання послуг, а також управління підприємством [4].

Слід сказати, що підприємства АПК мають свої особливості в контексті оптимізації запасів в межах господарства. Виокремимо особливості формування та оптимізації запасів, які притаманні господарствам, що ведуть сільськогосподарський бізнес:

- надмірність запасів через сезонність;
- псування запасів внаслідок природних їх особливостей;
- тривалість зберігання деяких із них та потреба в особливих умовах стосовно власне зберігання;
- переплетеність використання запасів для галузі тваринництва та рослинництва;
- збільшення промислових запасів у період виробництва та збільшення сільськогосподарських запасів у період зберігання;
- відсутність кваліфікованого менеджменту стосовно запасів [1].

Підприємствам АПК для ефективного управління матеріальними запасами доцільно розробити методику організації поставок, що забезпечить як мінімізацію загальних витрат на доставку, зберігання та безперебійне функціонування, так і наявність обсягів запасів при оптимальних вкладень капіталу в матеріальні цінності. Для цього можна застосовувати стандартну економічну модель управління запасом матеріалів [5].

В основі визначення партії постачання в закупівельній логістиці використовують показник оптимального (економічного) розміру замовлення. Цей показник виражає потужність матеріального потоку, спрямованого



постачальником за замовленням споживача і, який забезпечує для останнього мінімальне замовлення суми двох логістичних складових: транспортно-заготівельних витрат і витрат на формування та збереження запасів. Визначаючи розмір замовлення, необхідно співставити витрати на утримання запасів і на подання замовлень. Оптимальний розмір замовлення повинен бути таким, щоб сумарні річні витрати на подання замовлень і на утримання запасів були найменшими за даного обсягу споживання [2].

Вважаємо, що саме значні обсяги запасів господарств, що займаються сільськогосподарською діяльністю провокують до зниження їх ліквідності, а тому дані господарства повинні ще жорсткіше тримати баланс стосовно ризику, прибутку та активів втілених в запасах.

Оптимізація обсягів запасів передбачає використання певних управлінських заходів, зокрема:

- здійснення нормування запасів загалом та по окремим складовим;
- здійснення розподілу зусиль з контролю та управління за запасами згідно таких методик аналізу як ABC та XYZ;
- використання моделі розміру замовлення, що є економічним з ціллю оптимізації обсягів постачання запасів в реаліях конкретного господарства;
- використання методу платіжного календаря та касового бюджету, що має на меті оптимізацію розмірів запасів [4].

ABC-аналіз дає можливість проводити оптимізацію запасів підприємства за попитом та важливістю для господарства та дає здійснити розподіл зусиль з контролю та управління окремими групами запасів. Так, ABC аналіз передбачає поділ запасів на три групи, зокрема до групи А буде включено запаси, котрі є найбільш важливі для господарства, до групи В – середні за важливістю і до групи С – найменш важливі для господарства [3].

Головною метою XYZ-аналізу є розподіл продуктів за категоріями відповідно до мінливості попиту на них (постійний, нерегулярний попит та попит, що коливається) для отримання оптимальної асортиментної стратегії. XYZ-аналіз дає можливість корегувати управління логістичними процесами через управління запасами різного роду та клієнтською базою підприємства. За його допомогою можна підвищити частку високоприбуткових товарів без порушення принципів асортиментної політики, виявити ключові товарні позиції та причини, що впливають на кількість товарів на складі. До того ж це дає змогу провести перерозподіл зусиль складського персоналу, що зайнятий прийманням поставок, збутом та забезпеченням безперебійності перебігу складських процесів залежно від їх кваліфікації та досвіду роботи. При цьому проведення аналізу має супроводжуватися врахуванням сукупності факторів, що здійснюють безпосередній вплив на перебіг виробничого процесу та супутніх йому логістичних процесів аграрного підприємства [3].

Отже, центральною ланкою механізму управління виробничими запасами на рівні підприємства є нормування та планування їх обсягу. Для цього необхідно впроваджувати систему контролю за використанням запасів у



виробничому процесі з метою оптимізації витрат на транспортування, зберігання і підготовку до запуску у виробництво; підвищити інтенсивність використання запасів через прискорення їх обертання.

Список використаних джерел:

1. Бондаренко О. М., Тітаренко А. Д. Економічна сутність та класифікація запасів: обліковий та управлінський аспекти. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 2. С. 63 – 67.
2. Меліхова Т.О. Внутрішній контроль виробничих запасів для своєчасного виявлення загроз у системі управління фінансової безпеки підприємства. *Агросвіт*. 2018. № 2. С. 63–70.
3. Перебийніс В. І., Дроботя Я. А. Логістичне управління запасами на підприємствах : монографія. Полтава : ПУЕТ, 2012. 279 с.
4. Подолянчук О.А. Виробничі запаси: економічна сутність та облік. *Економіка, фінанси, менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2018. № 5. С. 88–101.
5. Поліщук О. М. Обліково-аналітичне забезпечення управління виробничими запасами аграрних підприємств. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 42. С. 367 – 371.





Вороніна М.В., здобувач вищої освіти
ОС бакалавр ОП «Фінанси, банківська справа, страхування»
Науковий керівник – **Байрачна А.С.**,
асистентка кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

ЗНАЧЕННЯ І ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ

Розпочну з пояснення самого терміну «аналіз», взагалі він означає процес поділу цілого на окремі компоненти для вивчення його сенсу. Протилежним явищем до аналізу є синтез (поєднання окремих частин в одне ціле).

Аналіз – це спосіб наукового пізнання, при якому досліджуються залежності між явищами та процесами та причинно-наслідкові зв'язки.

Фінансовий аналіз є частиною системи фінансового менеджменту. Він поділяється на дві підсистеми: 1) об'єкт управління; 2) суб'єкт управління. Між ними відбувається певна взаємодія через систему інформаційного забезпечення. В основі цієї системи лежить фінансова інформація, утворюється з прямих та зворотних потоків.

В свою чергу, фінансовий аналіз має на меті обробку фінансової інформації та пояснення рішень управління.

Фінансовий аналіз досліджує фінанси підприємства.

Він включає 3 основні напрямки:

- Забезпечення фінансовою звітністю, що регулювала процеси та здійснювала контроль за фінансовим станом підприємства;
- Аналіз фінансових вимог фірми;
- Поділ грошей відповідно до планів компанії, пошук певних додаткових грошових ресурсів джерел їх формування (кредити, додатковий випуск акцій, облігацій).

Також фінансовий аналіз має ряд особливостей:

- неабиякий рівень достовірності та можливість перевірки результатів аналізу;
- гарантія наявності інформації стратегічних та тактичних рішень;
- домінанта грошового виміру в системі критеріїв;
- пріоритетність оцінок платоспроможності, фінансової стійкості і рентабельності;

Об'єкти фінансового аналізу - це підприємства відповідної територіальної ознаки, форми власності, організаційно- правової форми господарювання, виду економічної діяльності і системи підпорядкування та окремі елементи економічного механізму господарювання[1]

А предметом фінансового аналізу є діяльність підприємства, що має на меті постійний розвиток та стабільний фінансовий стан підприємства.

Безумовно, предмет фінансового аналізу включає такі компоненти як: ресурси, фінансові відносини, джерела фінансування та результати застосування фінансового потенціалу підприємства.

Суб'єктами фінансового аналізу є аналітики, які зацікавлені в оцінці



діяльності підприємства з будь-яких причин: власники та уповноважені ними органи; персонал та функціональні служби підприємства; зовнішні учасники, що забезпечують і спрямовують діяльність підприємства; спеціальні інформаційні служби[2]

Існує 2 підходи для визначення змісту фінансового аналізу:

1. за етапами реалізації аналітичного вивчення;
2. за основними елементами економічного аналізу(предмет, мета та завдання).

Мета фінансового аналізу – розгорнута оцінка майнового і фінансового стану підприємства, його ділової активності, пошуку резервів підвищення рентабельності виробництва.

Можна виділити такі завдання фінансового аналізу:

- характеристика плану з надходження фінансових ресурсів та їх застосування для кращої роботи підприємства;
- аргументація та вдосконалення бізнес-планів за допомогою прогностики ймовірних змін фінансового стану компанії;
- доведення управлінських рішень до ідеальних;
- перевірка втілення основних завдань розвитку економічної системи, причин і факторів, що сприяли виникненню позитивних і негативних змін шляхом ґрунтовного аналізу плану за наявними показниками, також якісна і кількісна оцінка їх зміни; з'ясування і вивчення факторів, що породжує ці зміни; опрацювання варіантів рішень для здійснення плану.

Таким чином, фінансовий аналіз – це комплекс методів обробки фінансової інформації, які взаємопов'язані між собою, що скеровані на формулювання фінансових ресурсів та джерел їх утворення з метою прийняття оптимального управлінського рішення.

Список використаних джерел:

1. Лахтіонова Л.А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання: монографія. К.: КНЕУ, 2001. 378 с.
2. Поддєрьогін А.М. Фінанси підприємств: підручник. К.: КНЕУ, 2000. 460 с.





Воронкова А.А., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Чуйко Н.В., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Храпач К.Г., старший викладач
кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Державний біотехнологічний університет

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ В УМОВАХ ПАНДЕМІЇ

Розвиток сучасного фінансового сектору привносить у діяльність банків нові аспекти й проблеми стабільного функціонування, розв'язання яких багато в чому залежить від рівня корпоративного управління.

За останні вісім років на 102 одиниці скоротилась кількість банків в Україні. Так, станом на 31 грудня 2020 року ліцензію Національного банку України мали лише 74 банків (в т. ч. 33 банки з іноземним капіталом), замість 176 банків у 2013 році.

Скорочення банків відбулося за рахунок: посилення жорсткої політики НБУ щодо фінансово-кредитної політики комерційних банків: підвищення резервування для них; змін в банківському законодавстві; запровадження НБУ тимчасової адміністрації збитковим банкам з подальшим відкликанням банківської ліцензії, а також ліквідацією банків Фондом гарантування вкладів фізичних осіб.

За період 2013-2020 років в Україні зменшилася кількість банків з іноземним капіталом: якщо станом на 01.01.2013 р. їх було 53, то вже у лютому 2017 р. – 38, а на кінець 2019 року та 2020 року їх залишилося відповідно 36 та 33 банків. Це скорочення пов'язано з виходом з українського ринку банків з російським капіталом.

Крім банківських установ фінансовий ринок представлено небанківськими фінансовими установами, кількість яких у 2021 році зменшилася з 1938 одиниць до 1933. На сьогоднішній день на небанківському ринку діють 153 ризикових страховики (non-life, відповідно у 2020 році їх нараховувалось 160) та 17 life-страховиків, 286 ломбардів (у 2020 році їх було 287), 301 кредитна спілка (у 2020 році їх було 303), 138 лізингових компаній (у 2020 році їх було 137), 977 фінансових компаній (у 2020 році їх було 973) та 61 страховий брокер. На платіжному ринку працюють 37 платіжних систем, які створені резидентами, та 14 міжнародних платіжних систем, які створили нерезиденти [1].

Маючи потужний фінансовий сектор, який представлено небанківськими установами, більше 90% усіх видів фінансових послуг відбуваються у банківському секторі України. Нині із-за наслідків світової фінансової кризи, несприятливих політичних явищ, банки значно послабили позиції своєї діяльності. Негативні наслідки для банківської діяльності мала й пандемія, спричинена COVID-19, яка сприяла: масовому банкрутству і припиненню



діяльності підприємств малого та середнього бізнесу у зв'язку з об'явленим карантинном, підвищенню рівня безробіття через закриття підприємств чи скорочення бізнесу; зменшенню темпів виробництва, зниженню інвестиційної активності економіки, зменшенню доходів населення.

Але навіть в таких умовах банки продовжують бути фактором забезпечення ефективної реалізації відтворювальних процесів підприємств, залишаються головним джерелом інвестування фінансових ресурсів в економіку країни, забезпечують підвищення конкурентоспроможності національної економіки, та залишаються запорукою довгострокового зростання. Як стверджує голова НБУ Кирило Шевченко, «українські банки довели в період пандемії, що цілком здатні відповідати сучасним викликам у сфері капіталу, ліквідності, прибутковості й технологічних інновацій [2].

Сьогодні у зв'язку зі стрімкими змінами у зовнішньому середовищі змінюється і сама концепція банківської діяльності, прискорюється еволюція традиційних універсальних банків у «креативні» чи «нанобанки», унікальністю яких є розширення сфери надання якісно нових, інноваційних продуктів і збільшення відповідальності банків перед своїми стейкхолдерами.

Карантинні обмеження, спричинені пандемією, змінили платіжні звички громадян, тобто, вони почали перевагу віддавати безготівковим розрахункам, більш широко стали користуватися мережею Інтернет при оплаті послуг, товару тощо. У зв'язку з цим, щоб зберегти своїх клієнтів, розширити їх коло, банки стали активно впроваджувати у практичну діяльність та широко користуватися новими цифровими технологіями які, наприклад, дозволяють вести розрахунки за товар, за послуги не лише в національній валюті, але й криптовалютою.

Жежерун Ю., стверджує, що в Україні останнім часом постійно зростає загальна кількість емітованих платіжних карток, якими користуються українські користувачі. Так згідно його досліджень: «станом на 01.10.2020 року їх кількість була 73,4 млн шт. (за 9 місяців 2020 р. зросла на 7,4 %), з них: токенизованих платіжних карток - 3,4 млн шт. (зросла на 50 %), безконтактних платіжних карток - 11,5 млн шт. (зросла на 51 %)» [3].

Відповідно статистичних даних та рейтингу банків, найбільшими банками-еквайрами є АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк» а також АТ «Райфайзен Банк Аваль»; що стосується банків-емітентів платіжних карток, то найбільшими є - АТ КБ «ПриватБанк», АТ «Ощадбанк» та АТ «Універсал Банк» [4].

Запущена в Україні глобальна цифрова платформа Mastercard Digital Enablement Service (MDES), дає можливість комерційним банкам вести безготівкові розрахунки за допомогою смартфона з забезпеченням максимального рівня захисту платіжної транзакції. Поки що широко користується цією платформою АТ «УкрСиббанк».

Сьогодні цифрові технології дозволяють широко використовувати смартфони не лише для оплати товарів, послуг, але й для прийому платежів.



Використання мобільного еквайрингу для підприємницької діяльності пропонують лише два українські банки: АТ «Райффайзен Банк Аваль» (PayMeUkraine) і АТ КБ «ПриватБанк» (iPay). Ці передові банки випускають картридери, які можна приєднати до смартфона, що дозволяє приймати до оплати пластикові картки не лише стаціонарним підприємцям, а й кур'єрам, таксистам і невеликим торговим точкам.

Сучасні нововведення сприяють не лише розвитку банківських послуг, отримання значних досягнень банків у конкурентній боротьбі, але й загрозу, яку слід враховувати не лише на рівні комерційного банку, а й на рівні державного регулювання. Загрозу має легалізація коштів, які зароблені злочинним шляхом, інтернет-шахрайство, спрямоване на банківські рахунки та персональні дані клієнтів.

Нині на рівні держави слід визначити показники чи індикатори впливу цифрової трансформації при виявленні загроз банківській безпеці України, яким стає все трудніше дати об'єктивну оцінку реального стану. Таким чином, процес цифрової трансформації, окрім беззаперечних переваг несе банківській діяльності й загрози, які можуть загостритися чи вступити у синергію, у зв'язку з існуванням системних диспропорцій.

Нині, як ніколи актуальним стає питання виявлення нових загроз, ризиків через активне дослідження як на рівні державного регулювання, так і на рівні комерційного банку та швидке розроблення програм, планів, заходів протидії їм. Держава своєчасно повинна розробити та затвердити інституційно-правове забезпечення крипторозрахунків, криптовалюти, контролювати та регулювати оцифрування бізнес-процесів, налагодити захист медійного середовища від «fake news», шахрайства, цифрового тероризму, піратства і т.п. Як бачимо, в умовах сьогодення актуальним є своєчасне реагування на виклики цифрової трансформації та широке застосування превентивного принципу в забезпеченні банківської безпеки України.

Список використаних джерел:

1. НБУ порахував учасників фінансового ринку. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/pributok-bankivskoyi-sistemi-perevischiv-30-mlrd-grn--rezultati-i-pivrichchya-2021-roku>.

2. Звіт про банківську систему за 2020 р. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/annual_report_2020.pdf?v=4

3. Жежерун Ю. В. Цифрові технології у банківській сфері в умовах пандемії COVID–19. *Розвиток банківських систем світу в умовах глобалізації фінансових ринків*: Матеріали XIV Міжнародної науково–практичної конференції (19 листопада 2020 року, м. Черкаси) / Черкаський навчально-науковий інститут Університету банківської справи, 2020. С.61–65.

4. Беззаперечні тренди карткового ринку у 2020 році — розрахунки в Інтернеті та безконтактні платежі. *Офіційний сайт НБУ*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/bezzaperechni-trendi-kartkovogo-rinku-u-2020-rotsi-rozrahunki-v-interneti-ta-bezkontaktni-plateji>.





Голобородько В.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник – **Дроботя Я.А.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

СУТНІСТЬ ФІНАНСОВОГО ІНЖИНІРИНГУ В КОМЕРЦІЙНОМУ БАНКУ

Ефективна діяльність вітчизняних комерційних банків в сучасних реаліях є надзвичайно важливою, адже успішне функціонування банківської системи є передумовою розвитку економіки України. Вважаємо, що використання інноваційних фінансових технологій із застосуванням фінансового інжинірингу в банківському бізнесі дозволить модернізувати банківський сектор та покращить його роботу, що безперечно позитивно позначиться на стані економіки країни в цілому. Незважаючи на наявність великої кількості досліджень з даної тематики, в яких окреслено теоретичні аспекти та тенденції використання фінансового інжинірингу як в економіці в цілому, так і у фінансовій сфері зокрема, існує необхідність подальшого висвітлення особливостей його використання у практичній діяльності комерційних банків.

Суб'єкти економіки, зокрема банківські установи, в Україні активно запроваджують та використовують фінансовий інжиніринг для зменшення власних ризиків, розширення діяльності, отримання додаткових прибутків тощо. Дослідивши зміст поняття «фінансовий інжиніринг», вважаємо, що найбільш точним та повним є визначення, котре пропонують А. І. Іващенко та А. М. Карнаух, які розглядають сутність фінансового інжинірингу у банківській сфері як формування інноваційних банківських продуктів та послуг, котрі втілюються банками з ціллю перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації відповідно до власних інтересів, специфічних потреб контрагентів і змін в макро - і мікросередовищі діяльності банку [4, с. 140]. Дане трактування дозволяє окреслити основні цілі фінансового інжинірингу в банківському секторі:

- 1) диверсифікація стосовно банківських ризиків;
- 2) формування умов забезпечення вільного руху банківського капіталу та капіталу клієнтів банку;
- 3) отримання додаткового прибутку шляхом формування нових інноваційних банківських продуктів.

Варто акцентувати, що використання фінансового інжинірингу дозволяє банку поліпшити свій фінансовий стан та стати привабливішим для клієнтів. Основним засобом реалізації фінансового інжинірингу в комерційному банку є фінансові інновації, які передбачають удосконалення наявних або впровадження нових схем та ідей у діяльність банківської установи.

Застосування фінансового інжинірингу в комерційному банку є неможливим в разі відсутності висококваліфікованих фахівців, які повинні [1, 2, 5]:

- 1) мати високу компетенцію у галузях математики, оподаткування,



статистики, фінансової та економічної теорії, банківської справи та бухгалтерського обліку;

2) володіти інструментарієм управління та моделювання, знати телекомунікаційну і комп'ютерну техніку;

4) володіти аспектами диджиталізації в банківському бізнесі;

3) розумітися на наявних фінансових інструментах та способах їх використання при вирішенні фінансових проблем.

Зарубіжний досвід показує, що на сьогодні значна частина фінансових інновацій на банківському ринку базуються на цифрових комп'ютерних технологіях та аспектах диджиталізації у банківській сфері. Вітчизняні банки використовують зарубіжний досвід та застосовують його у модернізації своїх послуг, продуктів, процесів, технологій, організаційній структурі та ін. Лідером за кількістю фінансових інновацій на банківському ринку України є АТ КБ «ПриватБанк». Слід додати, що вітчизняні банки відповідно до світової практики починають використовувати у своїй діяльності деривативи як різновид фінансового інжинірингу [1]. Проте, через недорозвиненість українського ринку похідних цінних паперів, це відбувається досить повільно.

Отже, вважаємо, що застосування фінансового інжинірингу сприяє економічному зростанню, розвитку як банківської системи в цілому, так і окремого комерційного банку. Банківська установа може застосовувати засоби фінансового інжинірингу в разі наявності спеціалістів, до компетентності яких ставляться досить високі вимоги. Українські банки, враховуючи зарубіжний досвід, також застосовують фінансові інновації і перспективи розвитку фінансового інжинірингу у вітчизняному банківському секторі є досить високими.

Список використаних джерел:

1. Дроботя Я. А., Бражник Л. В., Дорошенко О. О. Диджиталізовані інновації банківського бізнесу. *Економіка та суспільство*. 2021. Випуск 23. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-23-15> (дата звернення 14.03.2022).

2. Дроботя Я. А., Бражник Л.В. Диджиталізація банківської діяльності та платіжних систем. *Інфраструктура ринку*. 2021. Випуск. 51. С. 261-267. URL: <https://doi.org/10.32843/infrastructure51-42> (дата звернення 14.03.2022).

3. Замлинський В.А. Фінансовий інжиніринг: механізм здійснення. *Економіка: реалії часу. Науковий журнал*. 2018. № 6 (40). С. 25-37. URL: <https://economics.net.ua/files/archive/2018/No6/25.pdf> (дата звернення 14.03.2022).

4. Іващенко А.І., Карнаух А.М. Фінансовий інжиніринг як складова додаткового надходження фінансових ресурсів у банку. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2016. Вип. 16. С.138-144.

5. Єгоричева С. Методологічні засади організації інноваційного процесу в комерційних банках. *Вісник Національного Банку України*. 2011. № 1.С. 53-57.



Гуменюк М. М., к.е.н., асистент кафедри публічних, корпоративних фінансів та фінансового посередництва
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Неміш Д. В., к.е.н., с.н.с., зав.
Коломийським відділом ПДСГДС ІСГ Карпатського регіону НААН

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Досвід і практика господарювання в розвинених країнах світу переконливо доводить, що малі господарства і надалі залишатимуться органічною складовою сучасного аграрного виробництва, а тому вони повинні стати повноцінними об'єктами системи державного регулювання і підтримки розвитку. Останнє є особливо актуальним для умов України, де малі господарюючі форми особливо потребують допомоги від держави.

У європейській практиці використовується диверсифікована система інструментів державної підтримки аграрного підприємництва. Зокрема, в ЄС на субсидії щорічно виділяться близько 40% всього бюджету Союзу. У структурі компенсаційних виплат 2/3 становлять виплати з розрахунку на земельну площу і поголів'я тварин. Значне поширення також одержали виплати субсидій на підтримку якості сільськогосподарських угідь, створення ефективної й адекватної системи підтримки доходів для фермерів [1, с. 10].

У європейській практиці застосовують різні інструменти фінансового стимулювання сімейних фермерських господарств, серед яких [2, с.123]:

- компенсація частини витрат на сплату відсотків за кредитами;
- створення дієвої системи земельно-іпотечного кредитування;
- надання гарантій при кредитуванні, що зумовлює і зниження відсоткової ставки за кредитами у зв'язку зі зменшенням ризику неповернення коштів;
- розвиток лізингу, що сприяє активізації інвестиційних вкладень;
- стимулювання інноваційної діяльності через діючі венчурні фонди;
- формування регіональних фондів кредитування суб'єктів аграрного підприємництва.

Поєднання різних інструментів стимулювання створює передумови для диверсифікації джерел фінансування та активізації аграрного підприємництва. За даними Європейської комісії, в ЄС державна підтримка розвитку фермерства здійснюється таким чином:

- державна підтримка новостворених фермерських господарств;
- державна підтримка фермерських господарств, які знаходяться в несприятливих районах;
- додаткова спеціальна підтримка молодих фермерів;
- підтримка спадкоємства;
- державна підтримка створення кредитних кооперативів на селі.

Для прикладу, в Німеччині існує спеціальна управлінська програма



«Загальна концепція науково-технічної політики в співвідношенні з аграрним підприємництвом», за якою передбачається сприяння в галузі наукових досліджень, фінансування ризикової діяльності, поліпшення умов передачі технологій, забезпечення науковими кадрами. У країні наявна велика кількість закладів, які надають консультації фермерам з різноманітних питань. Консультаційні центри фінансуються в основному урядом.

Значну підтримку фермерським господарствам уряд Німеччини надає за допомогою кредитів і субсидій. З бюджету федерації та земель для них надаються пільгові інвестиційні кредити, особливо при освоєнні високотехнологічних виробництв. Державна підтримка фермерських господарств направлена передусім на забезпечення його фінансової самостійності. У федеральній програмі субсидування фермерських господарств існує спеціальна стаття допомоги для підвищення частки власних коштів, що становить майже 30% усіх субсидій. Фермерам, які створюють нові сімейні фермерські господарства, надаються кредити строком на 20 років. Значна увага приділяється інформаційним і консультаційним послугам у нових галузях технології, перебудові професійного навчання, особливо підвищенню кваліфікації фахівців, які спеціалізуються на інноваціях [2, с. 124].

У Польщі здійснюється підтримка тих фермерів, які є учасниками національних систем якості продуктів харчування, що включають охорону сільськогосподарських продуктів, які виробляються тільки на обмежених територіях, або є традиційними національними продуктами (наприклад, овечий сир, мед підкарпатський, вишня надвіслянка, карп заторський, мед із вересу лісів Нижньої Сілезії, види старопольського меду питного тощо), та фермерів, які займаються органічним сільським господарством й інтегрованим виробництвом.

Важливим інструментом є інформаційно-консультаційна підтримка за кордоном. Так, у Франції реалізується проект Farmstar, ціллю якого є створення інформаційних продуктів для сільськогосподарських кооперативів та фермерів, що посилюють контроль за посівами. Фермери, які підписали угоду на послуги Farmstar отримують в кожній ключовій стадії росту сільськогосподарських культур рекомендації стосовно управління полями. Протягом п'яти днів після придбання супутникового зображення, користувачі одержують карти полів кожна з яких супроводжується кількісними показниками. Залежно від типу досліджуваної рослинності, фермерам надсилається електронною поштою від 3 до 6 карт за сезон з рекомендаціями [3, с. 302].

Зарубіжна консультаційна підтримка набула поширення і в Україні у формі спільних проектів. Зокрема проект СОКОДЕВІ метою якого є розвиток молочного скотарства та кооперативного руху, спрямований на вирішення проблем, які стоять перед особистими селянськими господарствами та дрібними фермерськими господарствами на Прикарпатті. Співпрацю по даному проекту було започатковано підписанням у червні 2015 року Івано-Франківською обласною державною адміністрацією та канадійською стороною



Меморандуму про взаєморозуміння, який передбачає надання технічної та методичної допомоги молочарським обслуговуючим кооперативам і сімейним фермам. Наразі проект активно працює в Рогатинському районі на базі сільськогосподарського обслуговуючого молочарського кооперативу «ЕКОМ», що у селі Чесники. Географія роботи кооперативу, за підтримки проекту та обласної державної адміністрації, розширюється на села Лучинці та Явче цього ж району. Саме вмільний менеджмент та планування на початковому етапі забезпечили ефективну діяльність молочарського кооперативу.

Уряд Канади готовий і надалі сприяти в розвитку сільського господарства України та буде ділитись експертними знаннями та власним досвідом протягом дії всього проекту. Дорадчі служби надаватимуть фермерам технічну підтримку та консультації. Вони впровадять на базі кооперативів сучасні екологічно стійкі практики, включаючи лабораторні аналізи проб молока та надійну систему менеджменту молочного стада. Проект супроводжуватиме фермерів, кооперативних лідерів в удосконаленні їхніх навичок з бізнес менеджменту та кооперативного життя. Проведені тренінги дозволять сільгоспвиробникам приймати виважені рішення, які впливають на прибутковість та стійкість їхнього бізнесу

У 2018 році Івано-Франківщина залучила до проекту СОКОДЕВІ Рогатинський, Калуський, Долинський та інші райони області. Поширення даної практики є доцільним по всій області. Варто зазначити, що в планах проекту – об'єднати п'ять тисяч малих та середніх молочних виробників у мережу фермерів, підприємців, кооперативів та кооперативних об'єднань у чотирьох областях, зокрема у Львівській, Івано-Франківській, а також Дніпропетровській, Херсонській.

Слід зазначити, що застосування в Україні досвіду економічно розвинутих країн не допускає простого його перенесення, воно має враховувати специфіку країни та бути адекватним наявному стану економіки. Крім того, важливою передумовою успішного застосування є чіткість регулювання, тобто і органи влади, і суб'єкти підприємницької діяльності в сфері сільського господарства повинні розуміти, з якою метою запроваджено ті чи інші інструменти, який ефект для малих аграрних підприємства може бути реально досягнутий в процесі їх реалізації.

Список використаних джерел:

1. Процаликіна А. М., Дудник О. С. Зарубіжний досвід державної підтримки суб'єктів малого аграрного підприємництва та можливості його застосування в Україні. *Агросвіт*. 2017. № 24. С. 9-14.
2. Русанюк В. В. Зарубіжний досвід державного регулювання аграрного підприємництва. *Економіка АПК*. 2020. № 4. С. 121-129.
3. Юшкевич О. Конкурентний розвиток сільськогосподарських підприємств Франції. *Соціально-економічні проблеми і держава*. Вип. 1 (8). 2013. С. 297-306.





Дроботя Я. А., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Дорошенко О. О., к.е.н., доцент,

доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,

Полтавський державний аграрний університет

НОРМА ОБОВ'ЯЗКОВОГО РЕЗЕРВУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НБУ НА МОНЕТАРНУ ПОЛІТИКУ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ

Норма обов'язкового резервування є одним із інструментів впливу центрального банку на монетарну політику в межах держави. Окрім того варто зазначити, що на шляху використання даного інструменту з ціллю регулювання монетарної політики, цей інструмент впливає і на діяльність комерційних банків, зокрема на їх ліквідність, структуру активів, кредитоспроможність. Норма обов'язкового резервування накладає на комерційні банки зобов'язання відносно зберігання частини залучених коштів на кореспондентському рахунку в центральному банку [1, с. 305]. Варто відзначити, що норма обов'язкового резервування не є статичною величиною, а змінюється залежно від монетарної політики центрального банку. Даний інструмент регулювання монетарної політики є інструментом, який можуть використовувати на шляху реалізації монетарної політики центральні банки всіх країн світу. Слід акцентувати, що цей інструмент регулювання активно використовує НБУ. Проаналізуємо які ж зміни відбулися в нормі обов'язкового резервування НБУ і як це позначилось на ліквідності комерційних банків:

- у 2019 р. норма обов'язкового резервування встановлювалась за строковими депозитами – 3,0 %, за депозитами до запитання і поточними коштами – 6,5%. При чому норма обов'язкового резервування не залежала від валюти формування депозитних і поточних коштів [2]. Отже, норма обов'язкового резервування, яка була у 2019 р. вказувала на політику НБУ стосовно прагнення до зростання довгострокових вкладень в банківські установи не залежно від валюти їх походження;

- з 10.03.2020 р. норма обов'язкового резервування встановлюється для строкових та поточних коштів лише у валюті (10 %), при цьому всі залучені кошти у національній валюті не підлягають резервуванню [2]. Дані зміни стосовно норми обов'язкового резервування у 2020 р. призвели до того, що в межах банку збільшуються обсяги депозитів та поточних рахунків в національній валюті і скорочуються обсяги депозитів і поточних рахунків в іноземній валюті. Отже, НБУ проводив політику дедолоризації та збільшення банківського кредитування в національній валюті;

- з 11.04.2020 р. змінюється алгоритм зарахування коштів від нерезидентів з валового на сальдовий, разом із міжбанківськими коштами, що призвело до зростання ліквідності банків [3];

- з лютого 2022 р. НБУ знову змінює норму обов'язкового резервування, зокрема норма резервування за депозитними та поточними коштами в іноземній валюті зростає з 10,0 % до 12,0 %, а норма обов'язкового резервування для коштів на вимогу в національній валюті збільшиться з 0,0 % до 2,0 %,



норма обов'язкового резервування для строкових депозитів залишиться на рівні 0,0 % [4]. Дана політика НБУ сприятиме зростанню строкових депозитів в національній валюті, стимулюватиме зростання дедоларизації та послаблення тиску інфляції. НБУ прогнозує, що за таких умов стосовно норми обов'язкового резервування обсяги обов'язкового резервування зростуть на 24 млрд. грн [4].

Отже, за період дослідження 2019-2021 рр. норма обов'язкового резервування НБУ змінила не лише відсоткові ставки, а й напрямок накладання даної норми відносно валюти походження коштів, що вплинуло на структуру депозитів банків в національній і іноземній валюті, змістивши акцент з строків формування депозитів. Однак, у 2022 р. акцент на строки формування депозитів в національній валюті знову з'явився. Варто сказати, що ці зміни в нормі обов'язкового резервування, як стверджує голова НБУ, призведуть до здешевлення кредитів для юридичних і фізичних осіб [4] (але здешевлення можливе лише у випадку одночасного скорочення облікової ставки НБУ).

Вплив норми обов'язкового резервування на діяльність комерційних банків та монетарну політику в державі: зростання (зменшення) обсягів рефінансування банків; здешевлення (здорожчання) кредитних ресурсів; регулювання попиту на позики для суб'єктів; структуризація активів комерційного банку та вплив на ліквідність; розгортання (стримування) інфляції; вплив на зростання (зменшення) грошової маси в обігу; вилучення з обороту країни надлишку коштів; підвищення (скорочення) конкурентоспроможності комерційних банків.

Резюмуючи слід зазначити, що норма обов'язкового резервування – досить потужний інструмент впливу на монетарну політику і резерви банку, адже навіть незначні зміни в нормі резервування та політика стосовно накладання даної норми на різні вільні резерви спричиняє значні зміни у вільних резервах та їх структурі, а мультиплікаційний ефект з яким пов'язаний цей інструмент вказує на те, що дія інструменту не завжди підлягає коригуванню з боку НБУ. Отже, норма обов'язкового резервування, як інструмент монетарної політики держави, є досить жорстким, потужним, ефективним, однак не завжди передбачуваним за кінцевими наслідками. Даний інструмент регулювання повсякчас є в арсеналі НБУ.

Список використаних джерел:

1. Арбузов С. Г., Колобов Ю. В., Міщенко В. І., Науменкова С. В. Банківська енциклопедія. К.: Центр наукових досліджень Національного банку України: Знання, 2011. 504 с.

2. Національний банк змінює вимоги до обов'язкових резервів банків для здешевлення кредитів і дедоларизації економіки. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-zminyuye-vimogi-do-obovyazkovih-rezerviv-bankiv-dlya-zdeshevlennya-kreditiv-i-dedolarizatsiyi-ekonomiki>.

3. Національний банк оптимізував розрахунок обов'язкових резервів в межах заходів по підтримці ліквідності банків. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/nbu-optimizuvav-rozrahunok-obovyazkovih->



[rezerviv-v-mejah-zahodiv-po-pidtrimtsi-likvidnosti-bankiv.](#)

4. Національний банк змінює вимоги до обов'язкових резервів банків для посилення монетарної трансмісії. URL: <https://bank.gov.ua/ua/news/all/natsionalniy-bank-zminuyue-vimogi-do-obovyazkovih-rezerviv-bankiv-dlya-posilennya-monetarnoyi-transmisiyi>.





Єрмоленко О.А., к.е.н., доцент
кафедри управління державними і корпоративними фінансами,
Лисьонкова Н.М., к.е.н., доцент
кафедри управління державними і корпоративними фінансами,
Український державний університет залізничного транспорту

ВПЛИВ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК КРАЇНИ

Постійне впровадження цифрових технологій протягом тривалого періоду призвело до кардинальних змін та розкрило напрямки розвитку економіки та всього суспільства в цілому. І в цих умовах становлення та формування цифрової економіки один із пріоритетних напрямів для більшості розвинутих країн. Останніми роками спостерігається швидкий підйом хвилі трансформації моделей діяльності у бізнесі та соціальній сфері в бік цифровізації. І це пов'язано зі створенням так званих «наскрізних» цифрових технологій нового покоління, які отримали такої назви в силу їх масштабності та глибини впливу. До яких можна віднести штучний інтелект, робототехніку, технології бездротового зв'язку і запровадження цих «наскрізних» технологій дозволяє, на думку експертів, підвищити продуктивність праці на 40-50%.

В умовах глобалізації, комп'ютеризації, інтернетизації ефективно застосування нових цифрових технологій, у найближчій перспективі, визначатиме рівень міжнародної конкурентоспроможності як окремих компаній, і країн загалом, і навіть формуватиме інфраструктуру і правове середовище для цифровізації, так званого цифрового права.

Поняття «цифрова економіка» та «цифрові гроші» входять до лексики журналістів, юристів, економістів, експертів та політиків. Не зважаючи на таку популярність в останнє десятиріччя, термін було вперше впроваджено лише 25 років тому професором Масачусетського технологічного інституту Ніколасом Негропonte [1].

І не зважаючи на це, досі не існує чіткого визначення цифрової економіки, що є суттєвою перешкодою на шляху її концептуального оформлення.

В сучасних умовах цифрова економіка все ще залишається доповненням до традиційної економіки. І цифровізація економіки по-перше передбачає використання комп'ютерних технологій та Інтернету для проектування, виготовлення, реалізацію, рекламування традиційних товарів і послуг. І безперечною перевагою цих технологій є забезпечення безперешкодного доступу користувачів до будь-яких ринків, зростання ефективності та конкурентоздатності продукції, в умовах зменшення трансакційних витрат [2, с. 83].

Основними в концепції цифрової економіки за визначеннями експертів Організації економічного співробітництва та розвитку є наступні складові:

- обладнання, програмне забезпечення, засоби телекомунікації тощо, що саме по собі являє інфраструктурну складову;
- споживачі, бізнес та уряд, які є учасниками цифрових комунікацій;



– товари, послуги, інформація, все що виступає предметом транзакцій [3, с. 10].

В Україні блискучими прикладами використання елементів цифрової економіки є використанням цифрових технологій в державному секторі. До таких проектів можна віднести використання технології blockchain в системі електронних торгів арештованим майном SETAM та в інформаційній системі державного земельного кадастру. Стратегія НБУ «Cashless economy» і тим самим розвиток Internet-банкінгу, поява банків без відділень (Monobank, Todobank, Sportbank). В рамках медичної реформи провадження електронної черги, електронної картки, ведення декларації з сімейним лікарем в додатках «Helsi», «Asker», «Поліклініка без черг», «Medcard24». Створення в Україні Міністерства цифрової трансформації України, поява в рамках програми уряду «Країна у смартфоні» порталу Дія (скорочення від «Держава і я») та багатофункціонального додатку «Дія». В рамках децентралізації створення центрів надання адміністративних послуг та створення Порталу електронних сервісів Мінекономіки (my.gov.ua).

І активне використання інформаційних технологій для розвитку світової економіки і трансформація економіки в цифрову економіку є нічим іншим як Industry 4.0, тобто четвертою промисловою революцією, що означає розвиток і злиття автоматизованого виробництва, обміну даних і виробничих технологій в єдину саморегульовану систему, з як найменшим або взагалі відсутнім втручанням людини у виробничий процес на всіх етапах економічної діяльності. І цифрові зміни існують у формі нових технологій, процесів, бізнес-моделей, здатних до швидкого пристосування під час їх реалізації [4, с. 56].

Таким чином, можна зазначити, що цифрова економіка це сучасний вид економічних відносин, що стрімко розвивається у всіх галузях світового ринку, і в основу яких покладені сучасні інформаційні технології. Створення та вдосконалення нових технологій пов'язано із загальним інформаційним та технологічним потоками оновлень. На думку експертів, реалізація засад цифрової економіки підвищує потенціал розвитку інформаційного суспільства. Сьогодні у світі немає єдиного визначення поняття цифрової економіки. Як правило, під цифровою економікою маються на увазі не економічні відносини як такі, але і процес застосування високих проривних інформаційних технологій та штучного інтелекту в житті соціуму.

Для окремо взятої країни цифровізація національної економіки стає фактором підвищення рівня конкурентоспроможності на глобальному ринку та забезпечення бурхливого економічного зростання. Формування національних цифрових стратегій є вектором у розвитку цифрової економіки та інформаційного суспільства.

Список використаних джерел:

1. Being Digital (фундаментальна стаття Ніколоса Негропонтэ по цифровой экономике за 1995 год, часть 2). URL: <https://habr.com/ru/company/philtech/blog/354418/>



2. Карчева Г. Т., Смовженко Т. С., Міщенко В. І. Ефективність та конкурентоспроможність банківської системи України / за заг. ред. д-ра екон. наук Г. Т. Карчевої. К.: ДВНЗ «Університет банківської справи». 2016. 276 с.

3. Measuring the Digital Economy. International Monetary Fund Annual report. February 2018. 47 p

4. Малюта Л. Я., Дерманська Л. В. Інноваційно-цифрові перспективи розвитку економіки України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 55-60.





Зайцев Г. В., здобувач вищої освіти

навчально-наукового інституту «Економіки та бізнесу»

Науковий керівник – **Зайцева Л. О.**, к.е.н, доцент,

кафедри фінансів, обліку та банківської справи

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

ОСОБЛИВОСТІ УКРАЇНСЬКОГО «ЗЕЛЕНОГО» КРЕДИТУВАННЯ

В Україні ринок «зелених кредитів» починає історію із запровадженням останньої редакції Закону України «Про внесення зміни до Закону України «Про електроенергетику» щодо коефіцієнтів «зеленого» тарифу для електроенергії, виробленої з використанням альтернативних джерел енергії». Законом передбачалась ставка за продаж електроенергії, виробленої за допомогою альтернативних джерел. Ставка залежить від року введення в експлуатацію електростанції: – з 1 січня 2017 року вона становить 19 євроцентів/ кВт*год.; – з 1 січня 2020 року вона становить 13,6 євроцентів/ кВт*год.; – з 1 січня 2025 року вона становить 14,5 євроцентів/ кВт*год. Таким чином, від строку введення проекту в експлуатацію залежить прибуток підприємства [2].

Вітчизняні банки працюють за «зеленими» кредитними програмами. Лідерами у цій галузі лишаються державні банки — Укргазбанк та Ощадбанк. Укргазбанк надає кредити на різноманітні цілі як приватним особам, так і ОСББ, малим та середнім підприємствам, великому бізнесу. Кредитуванню підлягають як повноцінні проекти, що включають розробку проектної документації, придбання обладнання та матеріалів, монтажні роботи зі встановлення обладнання тощо, так і окремі придбання обладнання. На проекти зі встановлення потужностей сонячної та вітрогенерації банк готовий надавати кредити в розмірі до 1 млн грн, а на придбання теплонасосів — до 250 тис.грн. Причому від позичальника вимагається мінімальний перший внесок у розмірі 15% вартості придбання та встановлення потужностей. Заставою виступає саме обладнання [1].

Конкурентом Укргазбанку в сегменті екобанкінгу є Ощадбанк, який освоєє напрямок кредитування малого та середнього бізнесу та є учасниками програми видачі «теплих кредитів», у рамках державної програми з підвищення енергоефективності. Маючи успішний досвід реалізації урядової програми енергоефективного кредитування, Ощадбанк розробив продукт «Зелена енергія».

Комерційні банки також долучаються до «зеленого» кредитування. Так, «ПроКредит Банк» видає кредити на інвестиції в енергоефективність, відновлювані джерела енергії та на захист довкілля. Банк свідомо напрошує свій кредитний портфель за рахунок зелених» кредитів до 20%, на 30.06.20 р. частка «зелених» кредитів загального кредитного портфеля склала 18,8%. Банк надає кредити в євро, максимальна сума фінансування — €10 млн. [4].

Для енергетичної компанії, яка щойно вийшла на ринок, важко відшукати майно чи майнові права на таку суму. Таким чином, «зелені проекти» з



енергетики фінансуються у два етапи. Перший етап зазвичай фінансує приватний інвестор або місцева громада, оскільки ці проекти є іміджевими, вони сприяють створенню позитивного іміджу для інвесторів. Другий етап бере на себе кредитор в особі банку, який бере перш за все побудовану електростанцію у вигляду застави під кредит. На ринку кредитування цей напрям включає фінансування проектів не лише альтернативної енергетики, але й енергоефективності та ресурсозбереження [2].

Українські банки долучаються до відповідального фінансування проектів, що здійснюється за підтримки або міжнародних фінансово-кредитних інституцій, або за підтримки держави, прикладом є Українська програма підвищення енергоефективності (УКЕЕР), яка діяла з 2007 р. по 2016 р. та представляла собою кредитну лінію, розроблену Європейським Банком Реконструкції та Розвитку (ЄБРР) за донорської підтримки, що надавалась Шведським Міжнародним Агентством з Розвитку (SIDA), Європейським Союзом та Австрійським Федеральним Міністерством Фінансів. Програма була розроблена для тих українських приватних компаній у різних секторах економіки, які націлювались на інвестування у проекти з енергоефективності та відновлювальної енергетики. Банками-партнерами програми УКЕЕР були: ПАТ «Укрексімбанк», ПАТ «Кредитпромбанк», ПАТ «Банк Форум», ПАТ «ОТП», ПАТ «Мегабанк» та ПАТ «Райффайзен Банк Аваль». Протягом цього періоду було реалізовано 133 проекти, впровадження яких призвело до економії (у перерахунку на поточні ціни на енергоносії) понад 75 млн. доларів США на рік та до скорочення викидів CO₂ близько 649 000 тон на рік. В 2021 році підписано договір про співпрацю Національного банку з Міжнародною фінансовою корпорацією (IFC), щодо впровадження проекту з розвитку сталого фінансування в Україні, шляхом розроблення стандартів «зеленого фінансування» та інтегрованих екологічних, соціальних та управлінських стандартів в рамках якого передбачається розроблення стратегій НБУ щодо «зеленого» та сталого фінансування; розроблення стандартів сталого та «зеленого» фінансування в Україні; розбудова спроможності НБУ щодо включення аспектів ESG до нормативно-правових актів про корпоративне управління в банках України та стандартів розкриття інформації про ESG для банків, розроблення вимог з управління екологічними й соціальними ризиками в банках; обмін знаннями і розбудова спроможності НБУ; здійснення заходів із підвищення обізнаності для установ, що є об'єктами регулювання з боку НБУ (після прийняття НПА/РА і стандартів) [3].

Для фінансування банківською установою будь-якого проекту з підвищення енергоефективності чи ресурсозбереження за схемою «зеленого кредитування» запроваджуються вимоги, що передбачають: запровадження стратегії енергоефективності на підприємстві; організацію додаткового контролю за процесами, що призводять чи можуть призвести до погіршення екологічної ситуації; встановлення норм на шкідливі викиди для підприємств, що забруднюють навколишнє середовище. Незважаючи на жорсткі умови



кредитування, позичальники активно залучають фінансування через відсоткову ставку, яка для екопроектів є нижче за ринкову приблизно на 1% на національному кредитному ринку.

Отже, «зелене» кредитування сприяє отриманню необхідних фінансових ресурсів для придбання, встановлення та запуску генеруючих потужностей; збільшенню продуктивності та якості виробництва за рахунок використання енергоефективних технологій; створенню нового джерела доходу за рахунок «зеленого тарифу»; отриманню статусу соціально відповідального суб'єкта, який інвестує в якість та піклується про навколишнє середовище.

Список використаних джерел:

1. Георгій Юр Сонячні фінанси. URL: <https://business.ua/uk/sonyachni-finansi>
2. Мостепан С. Д. «Зелене кредитування» як важливий інструмент на світовому ринку кредитних послуг. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2019. 23(2). С.34–38.
3. Нацбанк та IFC розвиватимуть «зелене фінансування». URL: <https://finclub.net/ua/news/natsbank-ta-ifc-spilno-rozvytymut-zelene-finansuvannia.html>
4. ПроКредит Банк. URL: <https://www.procreditbank.com.ua/business-clients/loans/green-finance/>





ОСОБЛИВОСТІ КРЕДИТУВАННЯ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИЧНОГО СЕКТОРУ УКРАЇНИ

Електроенергетичний сектор України важлива складова європейського економічного простору. Його обсяги роботи за показником загального первинного постачання енергії дозволяють конкурувати з найбільшими державами та входити до першої десятки країн Європи. Країна є стратегічним гравцем у сфері транзиту енергії і водночас одним із найбільших виробників вуглеводнів у регіоні, але компанії галузі сьогодні потерпають від недосконалих структурних трансформацій, що посилюють нестачу обігових коштів. Отже, фінансове забезпечення компаній електроенергетичного комплексу, шляхом використання кредитних ресурсів належить до найважливіших питань стимулювання виробництва в умовах модернізації економіки

Електроенергетична галузь має пріоритетне значення в економіці держави, оскільки в даний час електрична та теплова енергія є основним ресурсом для забезпечення економічної безпеки та ефективної організації господарської діяльності. Електроенергетика є важливою складовою національної економіки, її ефективне функціонування є необхідною умовою сталого розвитку вітчизняної економічної системи, забезпечення енергетичної незалежності та енергетичної безпеки України в цілому.

Основою електроенергетичного комплексу України є енергоблоки теплових, атомних, гідро- та гідро-акумуляуючих електростанцій, які забезпечують виробництво електроенергії, та лінії електропередач напругою 0,4-750 кВ, якими забезпечується передача та розподіл виробленої електроенергії до кінцевого споживача. В об'єднаній енергетичній системі України найбільші генеруючі потужності представлені 12 ТЕС, які входять до складу енергогенеруючих компаній АТ «ДТЕК Дніпроенерго», ПАТ «Донбасенерго», АТ «ДТЕК Західенерго», ПАТ «Центренерго», ТОВ «ДТЕК Східенерго»; 4 АЕС оператором яких є ДП «НАЕК «Енергоатом»; 7 ГЕС та 2 ГАЕС, які входять до складу ПрАТ «Укргідроенерго». Постачання електричної енергії забезпечується оператором системи передачі (ПрАТ «НЕК «Укренерго») з допомогою 137 підстанцій (ПС) напругою 110-750 кВ загальною встановленою потужністю понад 78,7 тис МВА, а також 21,3 тис км магістральних і міждержавних повітряних ліній електропередачі (ПЛ) напругою 220-800 кВ. Розподіл електричної енергії здійснюється 35 ліцензіатами з розподілу електричної енергії з допомогою 723,2 тис. км ПЛ напругою 0,4–150 кВ та 192,3 тис. од. ПС, ТП та РП 6–150 кВ [1].

Проте на даний час електроенергетична галузь України знаходиться в критичному стані через низку причин. До основних із них належать [5]:

- низький рівень ефективності енерговиробництва та енергоспоживання,



- монопольне становище у певних секторах енерговиробництва та розподілу енергії,
- затримка з реформуванням сектору енергетики,
- відсутність диверсифікації джерел енергопостачання,
- суттєва зношеність основних засобів енергогенерації.

Компанії галузі сьогодні потерпають від недосконалих структурних трансформацій, викликані так званою «хворобою зростання» [3]: відставанням системи управління та інших внутрішніх механізмів від нових масштабів діяльності, невмінням своєчасно та комплексно проводити необхідні інноваційні зміни, непрофесійним менеджментом, нестача обігових коштів через зростання заборгованостей. Зазначені аспекти чинять значний вплив на рівень розвитку компаній і зумовлюють пошук напрямів якісних перетворень в діяльності електроенергетичних компаній.

Ринки позикового капіталу є одним з основних механізмів залучення додаткового фінансування на оновлення основного капіталу, модернізацію виробничих потужностей, реалізацію нових стратегій розвитку. Наявність доступу українських електроенергетичних компаній до джерел фінансування, зокрема до ринків кредитування, може виступати стимулом подальшого економічного розвитку країни.

Тому, під банківським кредитуванням компаній енергетичного комплексу слід розуміти економічні відносини з забезпечення діяльності суб'єктів господарювання джерелом фінансування на умовах зворотності, платності, забезпеченості, строковості та цільового використання, що супроводжуються галузевими особливостями електроенергетичного комплексу [2].

Аналіз рівня банківського кредитування господарюючих суб'єктів, або, згідно класифікації НБУ, кредити, надані нефінансовим корпораціям, електроенергетичного комплексу демонструє низький рівень фінансування компаній в структурі кредитного портфелю, що є свідченням відсутності можливості обслуговувати дані зобов'язання (табл. 1). Найбільший рівень (9,2%) кредитування спостерігаємо на початку 2021 року, що дорівнює 66711млн. грн за даною галуззю. Навіть зниження відсоткових ставок, має зворотній ефект. При цьому середня тривалість одержуваних кредитів коливається між короткостроковими та середньостроковими, так у грудні 2020 року кредити до року склали 47,5 %, а в червні 2021 року – 43,6 %, середньострокові – грудень-2020 року – 38,7%, червень 47,8 %, щодо довгострокових 13,8 % та 8,6 %, відповідно.

Відсутність в Україні джерел довгострокового банківського кредитування гальмує розвиток галузі. У світовій практиці енергетичні компанії мають можливість залучати недорогі довгострокові кредитні ресурси для модернізації існуючих і будівництва нових потужностей, а в Україні, за винятком кількох найбільших гравців, вони такої можливості позбавлені

На сьогодні українські банки через ліміт Національного банку України на розмір кредитного ризику для одного контрагента дуже обмежені в своїх



можливостях. Це призводить до того, що банки стають партнерами лише малим та середнім проектам, що, в першу чергу, не відповідають цілям енергії та Угодам про Асоціацію.

Таблиця 1

Динаміка кредитів та відсоткових ставок наданих нефінансовим корпораціям

Показник	01.01.2017		01.01.2018		01.01.2019		01.01.2020		01.01.2021		01.06.2021	
	млн грн,	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%	млн грн.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Усього	822114	100	829932	100	859740	100	744648	100	724157	100	731999	100
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	39789	4,8	52272	6,3	57674	6,7	55657	7,5	66711	9,2	39762	5,4
Процентні ставки по кредитам надані суб'єктам великого підприємництва, загалом	-		-		17,3		17,8		10,9		8,8	
Щодо галузі, %%	-		14,4		14,5		12,4		11,2		11,0	

Складено автором за основі даних [4]:

Отже, фінансове забезпечення компаній електроенергетичного комплексу, шляхом використання кредитних ресурсів належить до найважливіших питань стимулювання виробництва в умовах модернізації економіки.

Список використаних джерел:

1. Основні показники розвитку паливно-енергетичного комплексу. Міністерство енергетики та вугільної промисловості України. 2019. URL: <http://mre.kmu.gov.ua/minugol/doccatalog/document?id=245416376> (дата звернення: 30.01.2022).

2. Ісаян А. М. Теоретичні аспекти банківського кредитування підприємств АПК. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*: зб. наук. праць. 2013. 1 (14). С. 260–269.

3. Проценко А. В. Формування управлінських рішень щодо підвищення рівня інноваційного потенціалу промислових енергетичних підприємств з урахуванням впливу структурних трансформацій. *Економічний вісник Дніпровської Політехніки*. 2019. 4 (68). С. 121-130.

4. Сайт національного банку України. URL: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Banking_Sector



5. Сак Т. В., Ільїна А. І. Проблеми функціонування та напрями вдосконалення ринку електричної енергії в Україні. *Вісник Волинського інституту економіки та менеджменту*. 2017. №19. URL: <https://evnuir.vnu.edu.ua/handle/123456789/13987>





Іванов В. Д., здобувач ступеня магістра,
Науковий керівник – **Вареник В. М.**, к.е.н., доцент,
Університет Імені Альфреда Нобеля

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК»

Сучасний етап розвитку країни характеризується періодом глибоких змін в організації банківської справи, появою нових підходів та методів управління. З іншого боку, зростають і ризики, пов'язані з банківською діяльністю. В умовах економічної нестабільності, інфляції, бюджетного дефіциту головним у роботі банку стає якісне управління, яке насамперед залежить від кваліфікації банківських працівників, їхніх знань і досвіду, а також має базуватись на передових світових стандартах.

Сучасна банківська система має таку головну особливість, як відсутність головної технології управління економічними процесами. Кожен банк розробляє власні правила поведінки в умовах нестабільності фінансового ринку та жорстокої конкуренції в банківському секторі [2, с. 596]. Адже постійні зміни вимагають корегування та вдосконалення всіх прийомів управління, а також підвищують існування фінансового менеджменту банку в економічних ситуаціях. Тому, кожна банківська установа повинна вдосконалювати наявні та використовувати нові технології фінансового планування та прогнозування у своїй внутрішній діяльності.

Вивчення статистичних даних, річних звітів банків, звітів незалежних аудиторів у банках України дає підстави таким чином узагальнити недоліки моделі банківського управління [1, с. 200]:

- власна концепція розвитку та відповідна їй концепція управління, сукупність практичних заходів банку носять узагальнений характер, не відображаючи особливості та мету діяльності конкретного банку, тобто вони – типові;
- відсутні продумані повноцінні системи інформаційного забезпечення процесів управління;
- банки приділяють недостатньо уваги системному аналізу, діагностиці та прогнозуванню діяльності;
- між підрозділами банку слабо розвинені горизонтальні структурні зв'язки, що призводить до неузгоджених, а відтак неефективних рішень.

Система організації фінансового менеджменту АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК», враховуючи мінливість та швидкий розвиток зовнішнього середовища, потребує використання новітніх тенденцій, з метою забезпечення стабільного рівня функціонування банківської установи. Одним з напрямків вдосконалення системи фінансового менеджменту банку є налагоджена та ефективна система фінансового планування та прогнозування [3, с. 326].

Розглянемо порядок складання фінансових планів, який пропонується для використання у АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК». Оскільки управлінські рішення пов'язані з цілями банку, то цілі банку та шляхи їх досягнення для різних



часових періодів на практиці пропонується визначати у вигляді наступного комплексу планів (табл. 1).

Таблиця 1

Комплекс планів, який пропонується використовувати у системі фінансового менеджменту АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК»

Назва плану	Характеристика
1. Місія та цілі банку	Стратегічне бачення майбутнього.
2. Стратегічний план банку	Заснований на стратегічному баченні, з глибиною опрацювання на п'ять-двадцять років.
3. Тактичний план банку	Заснований на стратегічному плані, з глибиною опрацювання на три-п'ять років.
4. Оперативний план банку	Заснований на тактичному плані, з глибиною опрацювання на один рік, що містить календарні кварталні та місячні плани роботи банку.
5. Бізнес-план банку	Заснований на оперативному плані, з глибиною опрацювання рівного циклу впровадження інновації, що містить календарні кварталні та місячні плани роботи банку.

В умовах пандемії вважаємо доцільно додати до наведеної системи планів банку ще один – план антикризових дій. Даний план дозволяє запропонувати ряд заходів, які доречно запровадити в діяльність АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК» задля усунення майбутніх ризиків та покращення ефективності антикризового менеджменту, а саме:

- активізувати роботу з непрацюючими кредитами;
- проводити консервативну оцінку кредитного ризику;
- реструктурувати кредити позичальників, які в умовах COVID-19 не здатні їх обслуговувати;
- активізувати залучення строкових фінансових ресурсів;
- проводити стрес-тестування із застосуванням базового та несприятливого сценаріїв, що передбачає врахування негативного економічного ефекту від розгортання Коронакризи 2020 р.

В умовах пандемії COVID-19 антикризові заходи АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК» доцільно доповнити наступними заходами, які будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності банку в умовах пандемії (табл. 2).

Для того щоб підготуватися завчасно до можливих кризових подій, АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК» необхідно розробити найбільш повний план заходів з антикризового управління ліквідністю банку з урахуванням сценаріїв розвитку кризи ліквідності та потенційних збитків, так як саме рівень ліквідності вказує на стійкість та платоспроможність банківської установи.

Таким чином, запропоновано заходи вдосконалення системи організації фінансового менеджменту АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК», а саме: підвищення ефективності системи фінансового менеджменту банку через налагодження системи фінансового планування та прогнозування.



Таблиця 2

Заходи антикризового плану дій АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК»

Напрями	Характеристика
Заходи, спрямовані на розвиток ринку	консолідована протидія недобросовісній конкуренції, забезпечення прозорості фінансових послуг; підвищення фінансової грамотності населення
Заходи, спрямовані на підвищення якості фінансових послуг	розробка і просування на ринку нових продуктів та послуг населенню; мінімізація ризиків; зниження вартості кредитів, прозорість ціноутворення; підвищення кваліфікації персоналу та рівня сервісу, проведення тренінгів для персоналу; повне розкриття інформації
Заходи, спрямовані на підвищення доступності роздрібних фінансових послуг	підвищення територіальної доступності кредитно-інвестиційних продуктів банку; акцентування на розвитку роздрібних фінансових послуг в малих містах; уточнення цільових клієнтських груп, які потребують підвищення доступності роздрібних фінансових послуг; розширення функціоналу банківських агентів
Заходи, спрямовані на підвищення якості послуг	добробка контенту сайту на предмет змісту інформації про банк, якість сайту, наявність на сайті додаткових функцій; CRM-технології; on-line консультації; постійний моніторинг якості обслуговування клієнтів.

Розглянуто новий порядок складання фінансових планів, який пропонується для використання у АТ «УНІВЕРСАЛ БАНК»; внесення у загальну систему планів банку плану антикризових дій, що зумовлено умовами пандемії COVID-19. Запропоновано перелік заходів, які будуть сприяти підвищенню конкурентоспроможності банку в умовах пандемії. Зроблено акцент на необхідності в умовах кризових ситуацій наявності плану заходів з антикризового управління ліквідністю банку з урахуванням сценаріїв розвитку кризи ліквідності та потенційних збитків, так як саме рівень ліквідності вказує на стійкість та платоспроможність банківської установи.

Список використаних джерел:

1. Погореленко Н. П., Лютий М. М. Діагностика умов функціонування банківської системи України. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2019. Вип.33. С. 198-204.
2. Скрипник Ю. В., Рибалка В. В. Розвиток фінансового менеджменту в банківських установах. Східна Європа: *Економіка, бізнес та управління*. 2018. № 6 (17). С. 594-599.
3. Хрипко І. С., Азаренкова Г. М. Фінансове планування як основний елемент управління фінансовою діяльністю банку. *Гроші, фінанси і кредит*. 2019. №5 (16). С 324-328.





Казновська В. Ю., здобувач ступеня магістра,
Науковий керівник – **Вареник В. М.**, к.е.н., доцент,
Університет Імені Альфреда Нобеля

ОРГАНІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ

Фінансова стабільність є важливою передумовою успішного ведення господарської діяльності. Вона формує імідж суб'єкта господарювання, є його візитною карткою, тому підприємствам і організаціям необхідно постійно дбати про фінансову стабільність, уживати заходи для її зміцнення. У контексті фінансової стабільності фінансовому плануванню та фінансовому контролю має відводитися особлива роль.

В сучасних умовах функціонування суб'єктів господарювання порівняння фактичних даних результатів виробничої діяльності з даними минулого періоду є ознакою пасивного, ґрунтованого на реагуванні, підходу до управління господарською діяльністю. Навіть існування ідеальної системи звітності не допоможе за неадекватної методики проведення фінансового планування й контролю, за яким можна було б визначити, позитивними чи негативними є результати діяльності [2, с. 166]. Саме тому фінансове планування, побудова планових показників, з якими порівнюються фактичні дані у звітні періоди, є найкращим варіантом вдосконалення організації фінансового менеджменту на підприємстві.

На прикладі ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» розглянемо особливості проведення фінансового менеджменту і запропонуємо шляхи вдосконалення.

Проведене дослідження організації фінансового менеджменту на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» дозволило зробити висновки щодо необхідності удосконалення процесів фінансового планування та прогнозування на підприємстві.

У організаційній структурі фінансового відділу ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» є планово-економічний сектор, у складі якого є група оперативного планування і контролю.

По суті, процес фінансового планування на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» здійснюється на низькому рівні: працівники відповідальної групи складають щомісячні плани на основі отриманих заявок-замовлень, а аналіз планів проводиться для формальностей (не аналізуються причини невиконання, допускаються неточності при складанні, можуть бути занесені приблизні дані). Щодо прогнозування фінансової діяльності – то даний процес на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» взагалі відсутній.

Шляхи вдосконалення системи фінансового планування, які пропонуються для практичного впровадження на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» представлені на рис. 1.

Таким чином, на підставі представлених на рис. 1 даних, сформулюємо основні напрямки підвищення ефективності фінансового планування на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР»:





Рис. 1. Шляхи підвищення ефективності фінансового планування на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР»

– необхідність автоматизації процесу планування на підприємстві шляхом обрання тих програм на які підприємство має кошти в поточному періоді, що полегшить систему збору, обробки та формування планованих і фактичних показників. Для економії витрат пропонуємо працівникам фінансового відділу спочатку створити шаблони у Microsoft Excel. З часом необхідно проаналізувати можливості і провести оцінку вартості програм та їх обслуговування та обрати найефективніший варіант;

– розробка власної технології планування (бюджетування), а саме створення уніфікованих для всіх підрозділів підприємства форм бюджетів, створення регламенту бюджетування [3, с. 75]. Дану пропозицію можна впроваджувати поступово, враховуючи особливості діяльності підприємства;

– розвиток системи довгострокового планування, що має на увазі, створення бюджетів, що допомагають врахувати всі можливі варіанти підсумків діяльності підприємства [1, с. 125]. Окремо необхідно зупинитися на питанні вдосконалення ефективності прогнозування на підприємстві. Важливо включити фінансове прогнозування в процес стратегічного фінансового планування ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР». Якщо підприємство хоче завоювати нові ринки і розширити географію діяльності, воно повинно подбати про доступні джерела капіталу в процесі формування довгострокових планів.

Для практичного запровадження запропонованих заходів, необхідно провести управлінсько-організаційні дії щодо організації фінансового планування на досліджуваному підприємстві. Побудувати фінансову структуру неможливо, не розібравшись в бізнес-процесах, а для цього потрібно чітко описати функції для кожної структурної ланки. Основні етапи змін у бізнес-процесі «фінансове планування» на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» наведені на рис. 2. Аналіз і бюджетний контроль можливі тільки при правильному формуванні фінансової структури ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР».

Таким чином, розглядаючи напрями покращення організації фінансового менеджменту на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» визначено, що найбільш пріоритетним є напрям удосконалення процесів фінансового планування та



прогнозування діяльності підприємства. Встановлено, що на даний момент процес фінансового планування на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР» здійснюється на низькому рівні, прогнозування фінансової діяльності не проводиться.

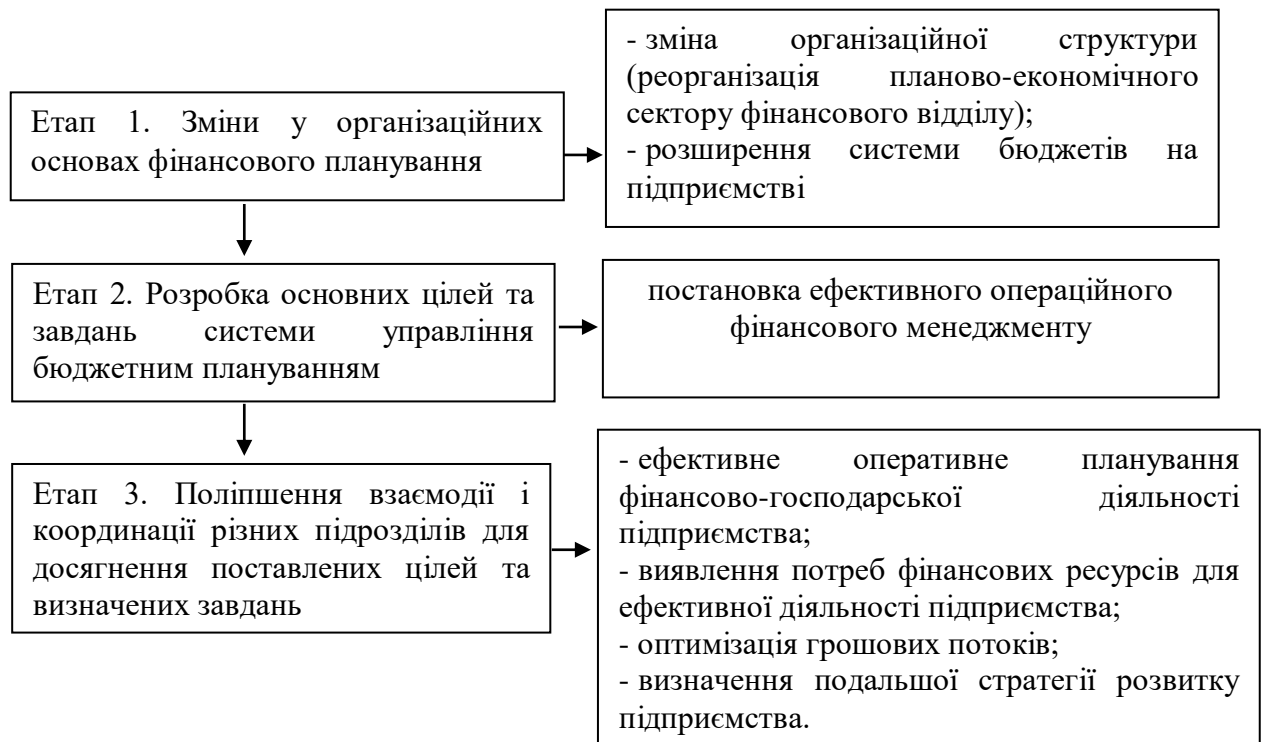


Рис. 2. Основні етапи змін у бізнес-процесі «фінансове планування» на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР»

Запропоновано конкретний алгоритм організації процесу фінансового планування діяльності на ТЗОВ ФІРМА «МЕТАЛ-КУР'ЄР», який включає напрями автоматизації планування; розроблення власної технології планування та розвиток системи довгострокового планування.

Список використаних джерел:

1. Юдіна С. В., Злобіна К. С. Теоретичні та методичні підходи до стратегічного планування на підприємстві. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2019. Випуск 27 (2). С. 123-127.
2. Янковська В. А., Хижняк А. М. Теоретичні основи планування та прогнозування на підприємстві. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2015. № 2. С. 166.
3. Ярова Н. В., Воркунова О. В. Основні напрямки вдосконалення методичних основ фінансового планування на підприємствах. *Розвиток методів управління та господарювання на транспорті*. 2019. № 3(68). С. 68-85.



Калюжна М.В., здобувач вищої освіти
 СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
 Науковий керівник – **Остапенко В.М.**, к.е.н, доцент кафедри
 митної справи та оподаткування,
Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця

СУЧАСНИЙ СТАН ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ

Для більш детального аналізу зовнішньоекономічної діяльності України необхідно звернути увагу на її позиції у міжнародних рейтингах, наприклад у рейтингу “Doing Business”. Заходи щодо підвищення позицій України у рейтингу “Doing Business” здійснюються в рамках виконання плану дій щодо імплементації кращих практик якісного та ефективного регулювання, відображених Групою Світового банку у розділі рейтингу “Ведення бізнесу” (далі – План дій), затвердженого розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.12.2015 № 1406 (в редакції розпорядження Кабінету Міністрів України від 23.11.2016 № 926). На рис.1 зображено позиції України у рейтингу Doing Business 2020 [1].

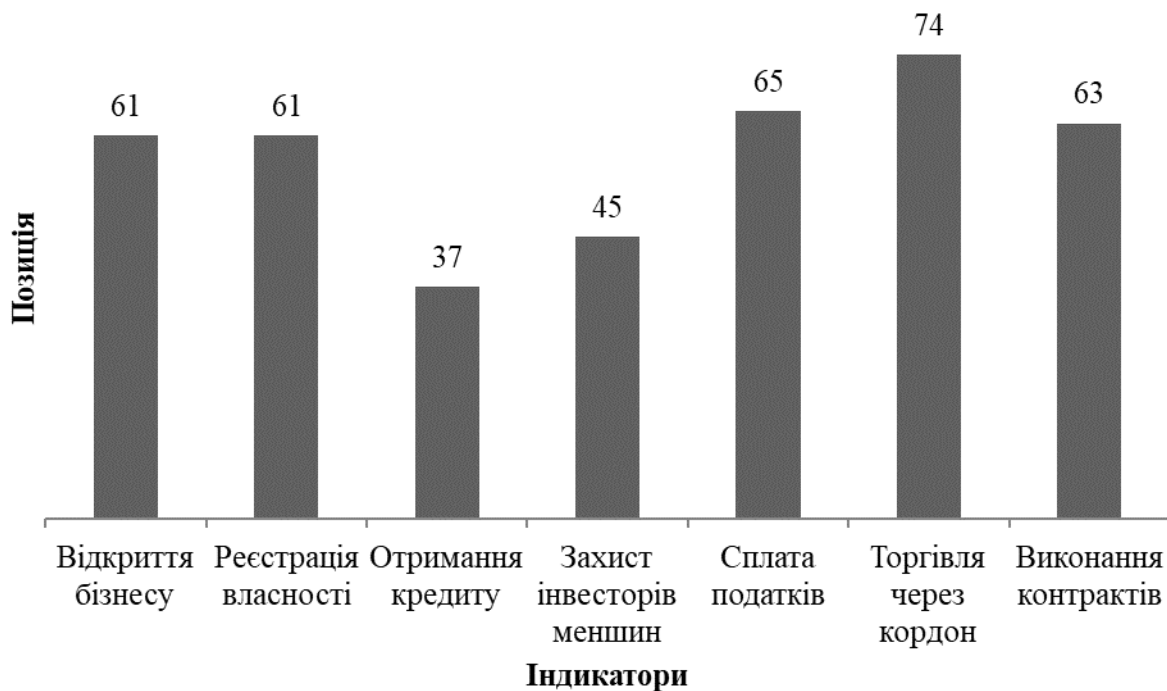


Рис. 1. Позиції України у Doing Business 2020

Загалом за 2020 рік Україна посіла 64 місце серед 190 країн світу, що є досить непоганим результатом порівняно з минулим роком (71 місце). Як видно з рис.1, Україна має непогані результати за такими індикаторами як «отримання кредиту» та «захист інвесторів меншин». Що стосується аналізу зовнішньоекономічної діяльності, то Україна посіла 74 місце за показником «торгівля через кордон», що є кращим, ніж минулого року (78 місце). Перш за все це стосується скорочення часу на імпорту завдяки спрощенню вимог



сертифікації відповідності для автозапчастин.

Отже, проаналізувавши сучасний стан зовнішньоекономічної діяльності України, можна визначити основну перевагу, яка полягає у зменшенні витрат на транспортування товарів з однієї країни до іншої. На сучасному рівні ринкових відносин міжнародна діяльність є вирішальною у підвищенні конкурентоспроможності українських товарів. Тобто економіка країни значно покращиться, якщо її товари будуть продаватися по всьому світу, а це можливо лише за допомогою ефективною митної системи на зовнішньоекономічної діяльності. Наприклад, при транспортуванні товарів з України до Китаю необхідно зрозуміти, який шлях буде найбільш швидким і найменш витратним. До того ж, потрібно знайти недороге і надійне місце зберігання вантажу і т.д.

Існує дуже тісний зв'язок між рівнем економіки та рівнем логістики країни. Країни з низьким рівнем доходів повинні імпортувати товари з-за кордону, щоб фінансувати нагромадження капіталу, а країни з високим рівнем доходів, навпаки, повинні експортувати їх у країни з малим запасом капіталу. Тобто таким чином відбувається згладжування дефіциту або профіциту бюджету країни, що визначає її економічний стан. І все це досягається саме за допомогою митної логістики, яка займається організацією процесу митної переробки вантажів, процесів імпорту та експорту продукції. У таблиці 1 надана інформація щодо обсягу перевезення вантажів за різними видами транспорту 2015-2021 років.

Таблиця 1

Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту

(тис.т)

Роки	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний	Авіаційний	Трубопровідний
2015	349994,8	3291,6	3155,5	1020604	69,1	97231,5
2016	343433,5	3032,5	3641,8	1085663,4	74,3	106729,2
2017	339550,5	2253,1	3640,2	1121673,6	82,8	114810,4
2018	322342,1	1892	3698,1	1205530,8	99,1	109418,2
2019	312938,9	2120,3	3990,2	1147049,6	92,6	112656,4
2020	305500,5	3400,2	5600,5	191400,1	100,2	97500,8
2021	314300,7	3600,1	5300,8	222600,6	100,4	77600,2

Джерело: складено автором на основі [2].

На основі табл. 1 можна сказати, що найбільш значущим видом транспортування товарів є автомобільний та залізничний транспорт, що пояснюється географічною особливістю розташування України та її основних країн-партнерів. Загалом, найбільше Україна експортує до Індії, Китаю, Польщі, Туреччини та Російської Федерації, а імпортує з Італії, Китаю, Німеччини, США, Польщі, а отже автомобільний та залізничний види



транспорту є найвигіднішими у цьому випадку.

Підсумовуючи вище зазначене, слід сказати, що за умов постійно розвиваючих ринкових відносин, підвищення технологічного розвитку країн, а також підвищення рівня загроз зовнішнього характеру спричинили необхідність у покращенні зовнішньоекономічної діяльності країн. Це зумовлює сформуванню систему економічної безпеки у сфері зовнішньоекономічної діяльності, яка забезпечить безпечний баланс та спростить процедури міжнародної торгівлі за допомогою відповідних механізмів та інструментів.

Список використаних джерел:

1. Doing business 2020. URL: <https://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2020>
2. Обсяг перевезених вантажів за видами транспорту. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>





ОЦІНКА АСИМЕТРИЧНОСТІ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ РИНКУ БАНКІВСЬКИХ ДЕПОЗИТІВ ДОМОГОСПОДАРСТВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Ринок банківських депозитів домогосподарств є динамічним та адаптивним, що пов'язане із впливом на нього соціальних, економічних і політичних умов та очікувань потенційних вкладників. З огляду на це необхідно оцінити характер просторового розвитку цього у 2009–2019 рр. унаслідок перебування національної економіки в умовах перманентної кризи.

У 2009–2019 рр. у регіонах України залучення коштів домогосподарств на банківські депозити мало асиметричний характер (табл. 1). Згідно з динамікою розмаху варіації депозитів домогосподарств за ВРП у 2009–2019 рр. загальною тенденцією стало його скорочення у регіональному розрізі (крім 2011 р. і 2013–2014 рр.). Зміна квадратичного коефіцієнта варіації в аналізований період не перевищувала гранично допустимого рівня (0,33), його величина поступово скорочувалась, що свідчить про однорідність досліджуваної сукупності.

Просторова специфіка розміщення банківських депозитів домогосподарств за ВРП пов'язана із процесом поступового зменшення регіональних асиметрій, підґрунтям чого є схожість стратегій вкладників до визначення напрямів співпраці у сфері розміщення заощаджень у банках.

Відмінності у стратегіях домогосподарств стосуються рішень щодо банківських депозитів у розрізі валют. Якщо у 2009–2019 рр. для банківських вкладів населення у національній валюті за ВРП фіксували тенденції поступового згладжування регіональної диференціації такого ринку, то для депозитів в іноземній валюті існували регіональні розбіжності. Їхнє посилення відбулося у 2014 р., що зумовлене порушенням цілісності ринку банківських депозитів через агресивні дії Російської Федерації (РФ). Оцінено головні чинники структурних змін на ринку банківських вкладів населення України у регіональному розрізі [1] та особливості структурних змін на ньому у розрізі валют [2].

Причинами неоднорідності ринку банківських депозитів домогосподарств в іноземній валюті є регіональні відмінності в очікуваннях індивідів, диференціація умов соціально-економічного розвитку регіонів і схильності до збереження коштів в іноземній валюті.

Якщо розглянути показники варіації банківських депозитів домогосподарств у грн на одну особу, то загалом і за видами валют цей ринок є неоднорідним (табл. 1). У 2009–2019 рр. просторові асиметрії за банківськими вкладками були дещо зменшені, але й надалі залишаються доволі суттєвими. Причини регіональної диференціації ринку банківських депозитів домогосподарств у грн на одну особу зумовлені характером формування банківської мережі комерційних банків, особливостями оцінювання індивідами умов розміщення вкладів в національній та іноземній валютах, відмінностями у



доходах і схильності до заощаджень.

Таблиця 1

**Динаміка індикаторів варіації банківських депозитів
домогосподарств за регіонами України**

Назва показника	Вид варіації	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Банківські депозити домогосподарств, % ВВП	Розмах варіації	23,0	24,6	28,0	20,9	22,0	23,5	17,1	14,6	13,2	11,4	9,4
	Квадратичний коефіцієнт варіації	0,2741	0,2657	0,2976	0,2331	0,2085	0,2706	0,2508	0,2503	0,2303	0,2271	0,2034
Банківські депозити домогосподарств в національній валюті, % ВВП	Розмах варіації	8,0	9,8	11,6	8,9	10,0	8,2	5,9	5,3	5,2	4,5	4,6
	Квадратичний коефіцієнт варіації	0,2011	0,1768	0,2033	0,1524	0,1471	0,1631	0,1749	0,1639	0,1743	0,1650	0,1641
Банківські депозити домогосподарств в іноземній валюті, % ВВП	Розмах варіації	16,9	16,6	17,7	14,7	14,0	17,6	12,2	10,9	9,2	7,5	6,5
	Квадратичний коефіцієнт варіації	0,4142	0,4269	0,4561	0,3773	0,3712	0,4321	0,4105	0,3834	0,3720	0,3826	0,3613
Банківські депозити домогосподарств, грн/особа	Розмах варіації	14813	18853	23097	24688	28925	34119	32264	33873	37537	39998	43108
	Квадратичний коефіцієнт варіації	0,8448	0,8187	0,8939	0,7881	0,7606	0,9088	0,8546	0,8173	0,7950	0,7848	0,7664
Банківські депозити домогосподарств в національній валюті, грн/особа	Розмах варіації	5875	8553	10655	10894	14884	13604	12933	14220	17301	19826	23097
	Квадратичний коефіцієнт варіації	0,6854	0,6678	0,7438	0,6463	0,6388	0,7204	0,6811	0,7131	0,7083	0,7032	0,6896
Банківські депозити домогосподарств в іноземній валюті, грн/особа	Розмах варіації	9327	10679	12752	13997	14236	20515	19331	19653	20236	20172	20011
	Квадратичний коефіцієнт варіації	1,0326	1,0187	1,0861	0,9650	0,9694	1,1189	1,0527	0,9317	0,9095	0,9098	0,9066

Джерело: Обчислено на підставі [3; 4].

Отже, мінімізація регіональної диференціації на цьому ринку для України є важливою для стимулювання розвитку регіональної економіки, підґрунтям чого є поліпшення процесу залучення інвестицій через банківську систему, посилення конкуренції і поліпшення якості банківських послуг, активізація залучення на цей ринок нових вкладників і зростання обсягів вже існуючих депозитів. Для цього важливо звернути увагу й на заходи, які перебувають за межами впливу банківської системи України, пов'язані із заходами регіональної економічної політики, націленими на подолання кризових явищ на місцевому рівні, активізацією зайнятості і поліпшенням добробуту індивідів.

Список використаних джерел:

1. Кічурчак М. Ринок банківських депозитів домогосподарств в Україні: структурні та регіональні особливості. *Фінанси України*. 2020. № 8. С. 26–41.
2. Kichurchak M. Structural Changes in the Market of Bank Deposits of Households in Ukraine. *Finanse i Prawo Finansowe*. 2021. Vol. 29. № 1. P. 61–78.
3. Офіційні дані Національного банку України (2022). URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms>.
4. Офіційні дані Державної служби статистики України (2022). URL: <http://ukrstat.gov.ua/>.





Ковальов Д. С., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування
Костенко А. Д., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Дорошенко О. О.**, к.е. н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ВИЗНАЧЕННЯ ЗАЛИШКУ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА ЯК СКЛADOVA УПРАВЛІННЯ РІВНЕМ ЙОГО ПЛAТОСПРОМОЖНОСТІ

Здійснення господарської діяльності суб'єктами господарювання аграрного комплексу, як і будь-якої іншої сфери національної економіки, пов'язане з мінливими умовами як внутрішнього, так і зовнішнього середовища та цілою низкою факторів ризику, що можуть спричинити виникнення та розвиток кризових явищ на підприємстві. В контексті оцінки діагностики кризових явищ на підприємстві важливе значення має постійний моніторинг наявності симптомів кризи ліквідності та платоспроможності.

Платоспроможність підприємства характеризує його здатність проводити розрахункові операції виключно грошовими коштами. При цьому в контексті оцінки ліквідності підприємства слід виокремлювати відповідні її рівні. На першому рівні ліквідність підприємства найбільше наближена до платоспроможності та характеризується здатністю проводити невідкладні розрахункові операції. Другий рівень ліквідності характеризується здатністю до розрахунків по борговим зобов'язанням відповідно за періодами їх погашення. Третій рівень дає загальну оцінку мобільності майна підприємства та можливістю перетворення його на грошові кошти [1].

Узагальнюючи існуючі визначення ліквідності підприємства, можна сказати, що ліквідність характеризує спроможність суб'єкта господарювання проводити розрахунки за своїми зобов'язаннями як за рахунок наявних грошових коштів, так і за рахунок грошових коштів, отриманих від реалізації окремих елементів майна підприємства.

Діяльність підприємства неможлива без грошових коштів, ця потреба є одним з об'єктів фінансового менеджменту і відображення в обліку та звітності. Визначення необхідного розміру грошових коштів на рахунках і в касі зумовлені класичним конфліктом, що існує між ліквідністю та дохідністю.

Зі значним обсягом грошових коштів підприємство втрачає можливість отримання додаткового доходу, хоча і зберігає та підвищує ліквідність підприємства. З метою підвищення рівня фінансової безпеки, необхідно здійснювати ефективне управління грошовими коштами, насамперед визначити мінімальну потребу в коштах, в умовах знецінення національної валюти.

Управління залишком грошових коштів полягає у визначенні оптимального обсягу середнього залишку грошових коштів, який надасть змогу з одного боку, підтримувати платоспроможність підприємства на належному рівні, а з іншого – отримувати прибуток від інвестування тимчасово вільних



коштів. Збільшення середнього залишку грошових коштів призводить до зростання альтернативних витрат і одночасно зменшує ризик втрати ліквідності, а зменшення обсягу грошових коштів супроводжується зменшенням витрат на їх утримання, але зростанням ризику втрати ліквідності та платоспроможності.

Для визначення оптимального залишку грошових коштів в зарубіжній практиці фінансового менеджменту використовуються моделі Баумоля та Міллера–Орра. Завдання управління залишком грошових коштів можна трактувати як управління запасами грошових коштів [2]

Модель Баумоля дає можливість аналітично виразити залежність між залишком грошових коштів та витратами на його утримання. Модель є простою і достатньою мірою прийнятною для вітчизняних підприємств, грошові витрати яких стабільні й прогнозовані, дозволяє розрахувати залишок, при якому витрати на утримання грошових коштів будуть мінімальними. Розрахунки залишку грошових коштів за моделлю Баумоля базуються на прогнозованому обсязі отримання чистого доходу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг), при цьому попит на кошти за аналізований період є відомою детермінованою величиною, а підприємство здійснює платежі з поповнення залишку на рахунок і в наперед задані моменти часу. Кошти, які надходять від реалізації продукції владатиме у короткострокові цінні папери, а потім при поступовому зниженні запасу коштів підприємство продає частину цінних паперів і поповнює залишок до необхідної величини, але є високий ризик втрати вартості грошових коштів після їх трансформації у цінні папери [3].

Практичне застосування моделі Міллера–Орра є більш прийнятним з практичного погляду, оскільки враховує непередбачені коливання залишку грошових, що є характерним для підприємств яким важко спрогнозувати щоденний рівень надходжень та витрат. Управління залишком коштів полягає в тому, як тільки досягається верхня межа, підприємство купує певну кількість цінних паперів, а при досягненні нижньої межі слід продавати цінні папери, але необхідно враховувати розмах варіації, якщо витрати пов'язані з купівлею та продажем цінних паперів високі – збільшити розмах варіації, і навпаки.

Таким чином, управління грошовими коштами безумовно впливає на рівень фінансової безпеки, виступає оперативний характер та необхідність знаходити компромісні рішення, що ускладнюється умовами нестабільного фінансового ринку. Тому достатність грошових коштів, та їх ефективне використання, та управління вільними грошовими коштами дозволить підвищити рівень показників фінансової стійкості, платоспроможності та ліквідності, які забезпечать високий рівень фінансової безпеки.

Отже, найбільш ефективним для підприємства буде зниження наявного залишку грошових коштів на рахунках необхідного для належного рівня платоспроможності, приближеного до оптимального, визначеного за допомогою декількох моделей, а надлишок коштів спрямувати на купівлю короткострокових цінних паперів, або здійснення депозитних валютних



вкладень.

Список використаних джерел:

1. Антонюк О. О. Прогнозування кризових явищ на підприємстві через призму показників ліквідності та платоспроможності. *Держава та регіони. Серія : Економіка та підприємництво*. 2011. № 6. С. 121–126.
2. Піскунова Н. О. Пошук оптимальної моделі управління грошовими потоками. *Ефективна економіка*. 2017. № 2. URL : <http://www.economy.наука.com.ua/?op=1&z=5454> (дата звернення 16.03.2022).
3. Суханова А. В., Суханова Д. Ю. Світова практика управління грошовими потоками підприємства. *Приазовський економічний вісник*. 2020. Вип. 2 (19). С. 220 – 224.





ЗАГРОЗИ ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ ДОМОГОСПОДАРСТВ В УКРАЇНІ

В умовах глобалізаційних процесів в економіці, перебудови фінансових систем країн світу відповідно до новітніх тенденцій цифрової економіки та викликів пандемії не викликає сумніву важливість дослідження та оцінювання рівня фінансової безпеки домогосподарств як безпосереднього учасника економічних відносин та суб'єкта, що є залежним від цих процесів. Особливо гостро така необхідність виникає в період фінансової нестабільності національної економіки або в умовах світової фінансової кризи. В даному випадку для забезпечення фінансової безпеки держави в цілому пріоритетним напрямком є забезпечення фінансової безпеки домашніх господарств.

Стабільний розвиток домогосподарств, головних постачальників ресурсів в економіку України, забезпечує надійне функціонування економічної системи держави. Тому в умовах глобалізаційних процесів в економіці, відповідно до новітніх тенденцій цифрової економіки та викликів пандемії не викликає сумніву важливість дослідження та виявлення основних загроз фінансовій безпеці домогосподарств.

Відповідно до існуючих у науковій літературі напрацювань фінансова безпека домогосподарства визначається як «такий фінансовий стан домогосподарств, для якого характерна стійкість до впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, здатність реалізовувати фінансові інтереси всіх членів домогосподарства та забезпечувати їм гідний рівень життя» [1].

«Загроза являє собою відповідну небезпечну дію, яка формується і проявляється за наявності необхідних і достатніх для цього умов» [2, с. 72];

Діяльність домогосподарств постійно піддається загрозам, які умовно поділити на внутрішні й зовнішні.

До зовнішніх загроз фінансовій безпеці домогосподарств можна віднести:

- несприятлива ситуація на ринку праці (скорочення кількості робочих місць, зміна структури ринку праці, зниження рівня вартості робочої сили);
- несприятлива політична й макроекономічна ситуація в країні, що спричиняє: втрату певної частини доходів, майна та/або заощаджень домогосподарств (у т. ч. їх інфляційне знецінення);
- недосконала соціальна політика держави;
- високий рівень інфляції;
- криза фінансово-кредитної системи, що ускладнює доступ до кредитних ресурсів;
- нестабільність валютного курсу;
- зміни в податковій політиці держави, що викликають зростання



загального податкового навантаження на доходи домогосподарств;

- зростання рівня злочинності.
- ведення в країні воєнних дій;
- пандемія;
- інші зовнішні загрози.

До внутрішніх загроз фінансовій безпеці домогосподарств можна віднести:

– втрата роботи чи працездатності членами домогосподарства, що означає втрату доходів, тобто основного джерела фінансових ресурсів домогосподарства;

– низький рівень фінансової грамотності (необґрунтоване зростання витрат домогосподарства, марнотратність його суб'єктів тощо);

– відсутність заощаджень;

– недостатня обґрунтованість вибору об'єктів інвестиційних вкладень, що може призвести до втрати частини заощаджень домогосподарства;

– ризикованість підприємницької діяльності, що може призвести до втрати вкладених у неї коштів або додаткових непередбачених витрат; інші внутрішні загрози [3 с. 429].

Забезпечити фінансову безпеку домогосподарства неможливо без належного рівня фінансової грамотності, що представляє собою сукупність знань, вмінь та навичок, які потрібні населенню для прийняття відповідальних економічних і фінансових рішень з належним рівнем компетентності, і забезпечує соціальну стабільність у суспільстві [4, с. 35]. Зрозуміло, що уміння управляти власними та сімейними фінансами підвищить добробут домашнього господарства, а обізнаність з асортиментом фінансових послуг дозволить активніше використовувати можливості на фінансовому ринку. Крім того, фінансова грамотність допомагає бути обачливим, розпізнаючи фінансові піраміди та інші шахрайські схеми, а також уникати накопичення непосильних боргів.

Список використаних джерел:

1. Зварич М.С. Теоретичні підходи до визначення сутності фінансової безпеки домогосподарств. *Науковий вісник ХДУ*. Серія Економічні науки. 2015. № 15. Ч. 1. С. 130–132.

2. Зубок М. І. Безпека банківської діяльності: підручник. К.: КНЕУ, 2012. 542 с.

3. Лиса О. В. Загрози фінансовій безпеці вітчизняних підприємств і домогосподарств на сучасному етапі. *Бізнес Інформ*. 2018. № 11. С. 427-433.

4. Смовженко Т. С. Кузнецова А. Я. Фінансова грамотність населення та її вплив на розвиток економіки України *Регіональна економіка*. 2013. № 2. С. 34–42.





РИЗИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАНКІВСЬКИХ ІННОВАЦІЙ В УКРАЇНІ

Незважаючи на очевидні стратегічні переваги банків, які здійснюють активну інноваційну діяльність, основними проблемами інноваційного розвитку банківської діяльності в Україні є:

- дефіцит власних фінансових ресурсів для реалізації інноваційної діяльності;
- висока ризикованість операцій із вкладення коштів в інноваційні проекти;
- дефіцит кваліфікованих кадрів;
- недостатній рівень інформаційної обізнаності населення;
- потреба у зміні спеціального правового поля (банківські продукти, пов'язані з криптовалютою, кредитування спеціальних державних програм недержавними банківськими установами [1, с. 78].
- недостатній ступінь захисту вітчизняних каналів зв'язку, внаслідок чого збільшуються ризики втрати даних споживачів на користь шахраїв;
- висока частка тіньових операцій у господарському обігу;
- відсутність постійного доступу до дистанційного обслуговування значної частки населення через відсутній доступ до мережі Інтернет у багатьох населених пунктах [2];
- потреба у розробці механізмів та інструментів державного регулювання інноваційної діяльності банків з метою стимулювання інноваційних процесів та мінімізації ризиків клієнтів банків, пов'язаних із запровадженням інновацій.

Впровадження та вдосконалення інновацій потребує значних фінансових вкладень, тому комерційним банкам варто здійснювати стратегічне планування й управління ризиками, створювати спеціальні фонди. Адже саме ресурсна забезпеченість безпосередньо впливає на здатність реалізувати інновації та їх ефективність. Практика свідчить, що навіть під час фінансово-економічних криз та дефіциту власних фінансових ресурсів для впровадження інновацій економія на інноваційних технологіях не є виправданою, адже це призводить у майбутньому до морального старіння інформаційної інфраструктури, що, в свою чергу, призводить до послаблення ринкових позицій та інших негативних наслідків [3, с. 130]. Світова практика управління інноваціями свідчить про користь співпраці зі сторонніми організаціями, перш за все із фінтех-компаніями, об'єднання фінансових ресурсів з якими дозволить вирішити питання нестачі коштів для банків.

За оцінками експертів PricewaterhouseCoopers, до 2030 р. відбудеться суттєва трансформація банківської діяльності на основі використання блокчейн-технологій і розподілених реєстрів, внаслідок чого традиційна банківська діяльність буде майже повністю переведена на хмарні технології [4].



Прогнозується, що взаємодія з клієнтами буде максимально простою та зручною за допомогою біометрії, а оцінка ризикованості позичальника ґрунтуватиметься на життєвих звичках та історії покупок. Планується заміна системою BankID платіжних карток, що даватиме змогу зняти кошти без картки, шляхом онлайн-ідентифікації.

Один з головних напрямів вдосконалення інноваційної діяльності в комерційних банках України – виокремлення та розробка інноваційної політики та стратегії як самостійних та самодостатніх напрямів в загальній банківській стратегії. Вітчизняна практика банківництва свідчить про те, що значна частина банків орієнтується на вирішення лише поточних завдань, не маючи стратегії інноваційної діяльності на перспективу [3, с. 130].

Зростання фінансової грамотності споживачів банківських послуг в Україні, розширення можливості проведення банківських послуг в терміналах і банкоматах значно зменшили кількість відвідувачів банківських відділень. Пандемія Covid-19 пришвидшила цей процес. Відповідно негативним наслідком впровадження банківських інновацій (в першу чергу цифрових технологій) є скорочення кількості відділень та звільнення банківських працівників.

Загальна кількість відділень банків на сьогодні становить близько 7 тис., тоді як до кризи 2008-2009 рр. було майже 23 тис. Більшу частину своїх відділень закриття державний Ощадбанк – майже 4,4 тис. Майже вдвічі зменшилася мережа відділень ПриватБанку. На третьому місці по закриттю відділень – Промінвестбанк. Основними причинами закриття є: економія, зменшення ринку, діджиталізація банківської галузі. Саме діджиталізація буде основною причиною закриття банківських відділень у найближчі роки.

Більшість операцій (фактично усі основні) вже доступні онлайн. Функціонал стаціонарних відділень поступово змінюється. Звичайно, банки навряд чи відмовляться від філій і відділень, але свої мережі вони будуть або скорочувати, або підтримувати в нинішньому стані, не збільшуючи кількість. Решта офісів будуть ще більше орієнтовані на самообслуговування, зручність, швидкі процеси здійснення операцій та продаж більш складних банківських продуктів. Проте подібне рішення зробить банківські послуги недоступними для тих верств населення, які не користуються інтернетом, наприклад, пенсіонерів.

У нашій країні, як і по всьому світу, технології стають вирішальним фактором для залучення клієнтів. В недалекому майбутньому соціальні мережі допомагатимуть банкам давати оцінку платоспроможності позичальників, що збільшуватиме ефективність процесу розгляду кредитних заявок.

Ще однією перспективною інноваційною послугою, яку доцільно було б впроваджувати українським комерційним банкам, є фінансове планування й управління грошима клієнтів, що базується на їх високій довірі до банку. Фахівці банку можуть контролювати фінансовий стан клієнта та розробляти пропозиції щодо збереження його фінансових ресурсів і їх оптимального



використання залежно від наявних потреб.

Згідно з результатами дослідження, яке проводив Національний банк у 2020 р., платіжною карткою за останній рік користувалися 76 % українців, проте онлайн-банкінгом – всього 21 % (мобільним банкінгом – 13 %). Ще досить значний відсоток громадян, отримавши зарплату, стипендію чи пенсію на картку, знімають з неї гроші в банкоматі та розраховуються готівкою [5]. Незважаючи на те, що в Україні дуже розвинений ринок безконтактних платежів, близько 30 % населення в Україні взагалі не мають банківських рахунків. У Польщі, приміром, ситуація кардинально відрізняється – Інтернет-банкінгом користуються 61 % роздрібних клієнтів, мобільний банк використовують 25 % клієнтів. З кожним роком електронний банкінг в Україні набиратиме дедалі більшої популярності. Відповідно, це велика можливість для всіх банків залучити цей сегмент клієнтів.

Найбільше підтримки в опануванні безготівкових розрахунків потребує старше населення України, особливо в регіонах, що вимагає навичок не тільки з фінансової, а й цифрової грамотності.

Поширення індивідуалізації цифрових послуг призводить до зниження контролю їх здійснення, а отже, зростання шахрайських дій підвищує ризики витоку інформації. Крім того, через постійне зростання кібератак необхідним є захист інтернет-додатків і мобільних додатків, платіжних банківських систем. Наприклад, одне із ключових завдань сучасного банку – надійна віддалена аутентифікація і захист персональних даних клієнтів. Перспективним світовим та національним трендом в банках є голосові технології розпізнавання мови та верифікації клієнта.

Хороше відношення до клієнтів, можливості реалізації підприємницьких здібностей через використання можливостей банку, проведення безкоштовних тренінгів з підприємницької діяльності та фінансової грамотності також стане запорукою збільшення кількості клієнтів банку, а отже підвищення його конкурентоспроможності.

Список використаних джерел:

1. Іванов С. В. Особливості банківських інновацій. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 30 (2). С. 73-80. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_30\(2\)_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_30(2)_18)
2. Степаненко О. П. Тенденції інноваційного розвитку банківської системи України. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 6 (132). С. 5–13.
3. Чайковський Я. І., Ковальчук Я. Ю. Банківські інновації: перспективи та загрози електронних банківських послуг. *Світ фінансів*. 2018. Вип. 4. С. 121-136.
4. Financial Services 2020: 10 Technology Game Changers. PwC, 2016. URL : www.pwc.com/fstech2020 (дата звернення: 27.01.2022)
5. Українці дедалі більше віддають перевагу cashless-розрахункам. URL: <https://cutt.ly/tYBmPSr>



Мединська Т. В., к.е.н, доцент, доцент кафедри фінансів,
економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу,
Львівський торговельно-економічний університет

ФІСКАЛЬНА ПОЛІТИКА СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ COVID-19

У зв'язку з пандемією COVID-19, бізнес зазнав чималих втрат, що відобразилось на загальному економічному становищі країн світу. З метою подолання наслідків кризових явищ, важливо застосовувати податкові заходи, що спонукатимуть до стимулювання сплати податків і розвитку бізнесу для покращення соціально-економічної стабільності в країні [1, с. 181].

Фіскальне стимулювання є одним із основних передумов для розвитку успішного бізнесу в країні. Зокрема, варто зазначити, що через державні податкові стимули бізнесу зростає рівень розвитку економіки країни, підвищується соціальний статус населення, розвиваються інновації, які є рушійною силою для покращення загального економічного клімату держави.

Фіскальна політика стимулювання неодноразово використовувалась як інструмент забезпечення макроекономічної стабілізації та економічного розвитку країни. Однак, пандемія COVID-19 внесла суттєві негативні наслідки:

- 1) по-перше, внаслідок скорочення обсягів виробництва;
- 2) по-друге, через зниження ділової активності та доходів економічних агентів, що дестимулює споживчий та інвестиційний попит [2].

Без оперативної та ефективної політики стимулювання бізнесу і підтримки, запровадженої в усіх економіках для пом'якшення негативного впливу кризи на доходи домогосподарств і компаній, виробництво та зайнятість були б значно слабшими. Потужна та своєчасна фіскальна підтримка з початку пандемії відіграла важливу роль у збереженні доходів, робочих місць та бізнесу.

Спостерігаємо з рис. 1, що світове виробництво скоротилося майже на 10% у першому півріччі 2020 р., що було набагато швидшим і глибшим ударом, ніж під час світової фінансової кризи 2009 р.

План дій, запропонований МВФ країнам світу та країнам групи G20, містить заклик до рішучих дій усередині кожної країни [3]. Ретельно встановлені параметри грошово-кредитної та податково-бюджетної політики у поєднанні з надійними середньостроковими засадами можуть створити більше можливостей для здійснення витрат на охорону здоров'я та підтримку вразливих людей. Ці напрями реалізації політики можуть дати швидку віддачу протягом 2022 року. Після цього значна частка позитивних змін припадатиме на сприяння зростанню структурних реформ, а саме: заходи на ринку праці, які підтримують пошук роботи та перепідготовку; реформи нормативного регулювання ринку товарів з метою створення можливостей для нових компаній за рахунок зниження бар'єрів для входження на ринок [1, с. 182]. Такий пакет короткострокових та середньострокових заходів політики може підвищити сукупний реальний ВВП у країнах групи G20 приблизно на 4,9 трлн



\$ США у період до кінця 2026 року.

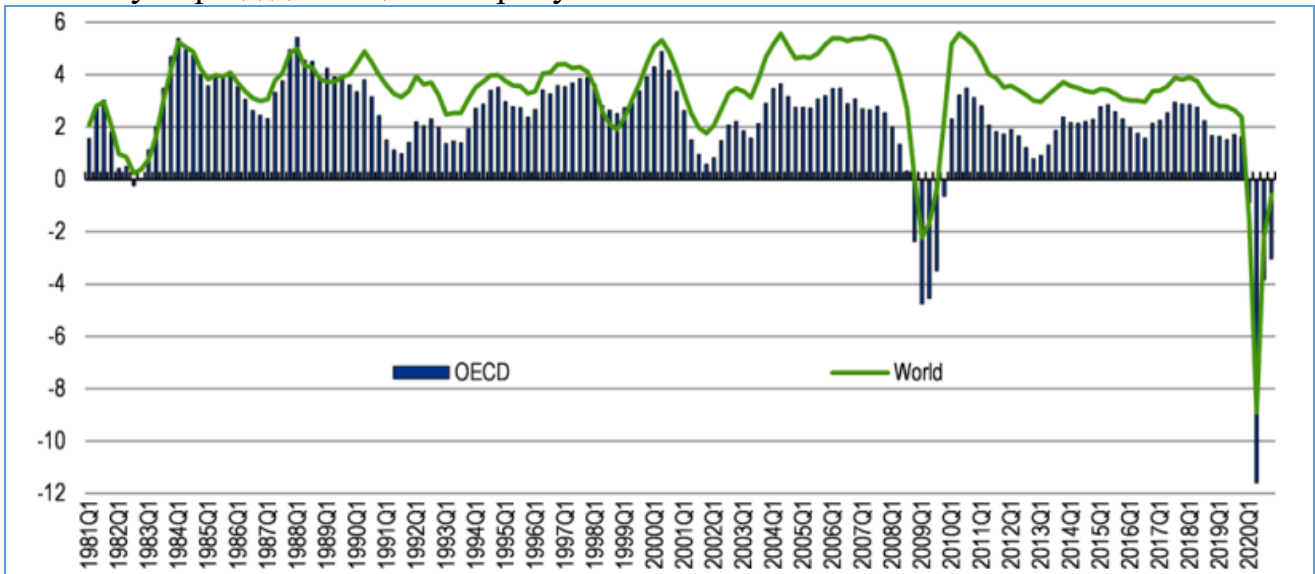


Рис. 1. Динаміка змін реального ВВП у світі та країнах ОЕСР за 1981-2020 рр., %

Джерело: складено автором за даними [4]

За підрахунками МВФ у січні 2021 р. глобальна фіскальна підтримка досягла близько 14 трильйонів \$ США [5]. Відповідно фіскальні пакети країн у відповідь на кризу COVID-19 були безпрецедентними як за розміром, так і за масштабом у багатьох країнах. Обсяг фіскальної підтримки, ймовірно, буде значно відрізнятись в різних країнах протягом наступних двох років із значними додатковими витратами в Сполучених Штатах і меншою мірою в Японії та Канаді, але обмежені дискреційні заходи в інших. Особливо це стосується Європи, якщо вже узгоджені плани витрат на рівні Європейського Союзу не будуть реалізовані раніше, ніж передбачалося. Тим не менш, бюджетні дефіцити залишаться великими, якщо це необхідно, і автоматичним фіскальним стабілізаторам слід дозволити працювати в повній мірі.

Багато фіскальних стимулів, запроваджених на початкових етапах кризи, були продовжені, але деякі були змінені, щоб надати підтримку домогосподарствам і підприємствам, які найбільше постраждали від кризи. Деякі країни розширили право на отримання допомоги для бенефіціарів, які спочатку не охоплювалися заходами (наприклад, Італія, Литва та Велика Британія) або збільшили щедрість початкових заходів допомоги (наприклад, Німеччина та Італія). Оскільки пандемія прогресувала, деякі країни посилили цільове призначення, щоб забезпечити кращу спрямованість підтримки на тих, хто постраждав найбільше (наприклад, Данія, Греція, Італія, Індонезія, Японія, Португалія, Іспанія, Туреччина та Сполучене Королівство), особливо там, де уряди відійшли від карантину на широкій основі [5].

Фіскальні заходи також еволюціонували, стаючи більш змішаними, а заходи стимулювання, спрямовані на відновлення, були додані до положень щодо подолання кризи (табл. 1).



Однак, оскільки блокування та інші заходи стримування почали послаблюватися після першої хвилі пандемії, країни почали вводити фіскальні заходи, орієнтовані на відновлення.

Таблиця 1

Типологія фіскальних заходів, запроваджених з метою подолання кризи внаслідок COVID-19

Показники	Полегшення	Стимул, орієнтований на відновлення	Зростання податків
Цілі політики	Пом'якшення економічного та соціального впливу політики стримування вірусів	Стимулювати сукупний попит та інвестиції	Фінансова частина реагування уряду на кризу
Основні види фіскальних заходів	Податкові відстрочки Розширення податкової декларації Прискорення повернення податків Положення про повернення збитків Тимчасове звільнення від сплати податків Тимчасове зниження ставки податку	Податкове стимулювання інвестицій Зниження корпоративного та інших податків Податкові пільги при працевлаштуванні Тимчасове зниження ПДВ Зниження податку на операції з нерухомістю	Підвищення найвищих ставок податку на доходи фізичних осіб Підвищення акцизу на медичне обслуговування Збільшення екологічного податку Зростання податку на нерухомість Підвищення податку на бізнес

Джерело: складено автором за даними [4]

Отже, застосування фіскальної політики стимулювання бізнесу, податкові заходи відіграють значну роль у наданні допомоги суб'єктам підприємництва та домогосподарствам під час кризи, спричиненої COVID-19. Фіскальні заходи є особливо важливими для підтримки ліквідності бізнесу і зосереджені на полегшенні труднощів з грошовими потоками, щоб уникнути загострення проблем, таких як звільнення працівників, тимчасова нездатність розрахуватися з постачальниками чи кредиторами та, у найгірших випадках, закриття або банкрутство.

Список використаних джерел:

1. Мединська Т. В., Андрейків Т. Я., Маланюк І. Р. Зарубіжний досвід податкового стимулювання бізнесу в умовах Covid-19. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. Серія: «Економічні науки». 2022. № 2 (58). С. 179-186.
2. Auerbach, A. J., & Gorodnichenko, Y. (2017). *Fiscal stimulus and fiscal sustainability National Bureau of Economic Research*. 23789. URL: <http://www.nber.org/papers/w23789.pdf>.
3. Kristalina Georgieva. (2021). Joint Action Needed to Secure the Recovery. URL: <https://imf.org/2021/10/27>.
4. Офіційний сайт ОЕСР. URL: <http://www.oecd.org>.
5. IMF (2021), Fiscal Monitor Update, January 2021, IMF Publishing, Washington, DC. URL: <https://www.imf.org/en/Publications/FM/Issues/2021>.





НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНЮВАННЯ РИЗИКІВ КЛІЄНТІВ БАНКУ

В останнє десятиріччя банки перебувають під впливом стрімкого розвитку фінтеху, діджиталізації та глобалізаційних процесів. Ці процеси породжують широкий спектр ризиків, які пов'язані з кібербезпекою та безпекою даних, із зростанням конкурентного середовища та невизначеності на системному рівні.

Раціональне використання матеріальних і трудових ресурсів передбачає досягнення цілей при мінімумі затрат і максимумі ефективності, яке здійснюється у процесі управління. Вимоги щодо організації роботи, диктують не керівники банку, а час, який вимагає від банківського менеджменту реальних результатів роботи банку. Банки повинні оцінювати ризик своїх клієнтів при отриманні якісної інформації про рівень їх ризику, на підставі якої банк ухвалює рішення про встановлення/відмову ділових відносин з клієнтом.

Положення про здійснення банками фінансового моніторингу від 19.05.2020 р. [1] містить такі визначення: «низький ризик ділових відносин», «середній ризик ділових відносин», «високий ризик ділових відносин», які є результатом оцінювання банком ризику ділових відносин з клієнтом, що базується на результатах аналізу сукупності критеріїв, передбачених законодавством України та внутрішніми документами банку з питань протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення (далі ВК/ФТ).

Для банку оцінювання ризиків клієнта на наявність у його діяльності ознак здійснення сумнівних операцій є значущим моментом для управління ризиком використання послуг банків для ВК/ФТ.

О.О. Глущенко та І.Б. Семеген [2] вважають, що оцінювання рівня ризику клієнта банку має проводитись на етапі його ідентифікації. Під час проведення ідентифікації працівник банку зобов'язаний встановити мету ділових відносин з клієнтом, перевірити інформацію про наявність клієнта у переліку осіб, пов'язаних із провадженням терористичної діяльності, з'ясувати всі дані щодо адреси місця проживання або місця перебування клієнта в Україні, визначити зміст діяльності клієнта, оцінити його фінансовий стан, виявити факт належності клієнта до національних або іноземних публічних діячів, сформулювати анкету та визначити та визначити рівень ризику клієнта.

Банк зобов'язаний самостійно здійснювати класифікацію своїх клієнтів з урахуванням критеріїв ризиків [3], визначених Мінфіном та НБУ, і вживати застережних заходів щодо клієнтів, діяльність яких свідчить про підвищений ризик проведення ними таких фінансових операцій. Загалом, розгляд чинних методик оцінювання ризику ВК/ФТ дозволяє зробити висновок про виділення трьох його основних складових: ризик країни, ризик клієнта і ризик послуги.

Вчені-економісти застосовують різні підходи до оцінювання ризиків



клієнтів. Так, наприклад В. Коваленко [4] пропонує використовувати систему скорингу на основі індикаторів ризику для оцінювання репутації та відповідності операцій клієнта його фінансовому стану, суті та напрямам його діяльності.

О. Черевко[5] пропонує методику оцінювання рівня ризику легалізації клієнта через здійснення кредитних операцій, яка передбачає п'ять основних етапів : 1) встановлення ділових стосунків з позичальником; 2) отримання вхідних даних з інформаційних джерел банку; 3) узагальнення вхідної інформації; 4) формування показників для оцінки ризику легалізації; 5) визначення ризику легалізації через здійснення кредитних операцій.

Отже, питання оцінювання ризиків клієнтів банків має вагомим значення для їх стабільного функціонування. Тому кожен банк повинен приділяти посилену увагу клієнтам, для яких притаманний підвищений ризик, використовуючи такі застережні заходи:

- моніторинг за фінансовими операціями клієнта;
- збір та уточнення додаткової інформації про фінансовий стан клієнта;
- уточнення інформації щодо джерел походження коштів клієнтів;
- ретельне вивчення підстав незвичайно великих фінансових операцій клієнтів;
- запровадження на постійній основі скорингових процедур виявлення та переоцінки ризиків ВК/ФТ;
- постійний посилений моніторинг ділових відносин з клієнтом;
- інформування Держфінмоніторингу про фінансові операції клієнтів.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Положення про здійснення банками фінансового моніторингу : постанова Правління НБУ від 19.05.2020 р. №65. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0065500-20>.

2. Глущенко О.О., Семеген І.Б. Антилегалізаційний фінансовий моніторинг: ризик-орієнтований підхід : монографія за заг. ред. Р.А. Слав'юка. Київ :УБС НБУ, 2014. 386.

3. Про затвердження критеріїв ризику легалізації (відмивання) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансування тероризму та фінансування розповсюдження зброї масового знищення : наказ Міністерства фінансів України від 08. 07. 2016 №584. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/z1047-16>.

4. Коваленко В.В. Скорингова система оцінки ризику клієнта щодо використання ним банку для легалізації доходів, одержаних злочинним шляхом. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 3 (14). С. 387–391.

5. Черевко О.В. Оцінка ризиків легалізації через здійснення кредитних операцій. *Ефективна економіка*. 2013. №10. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=3306>





Олександренко І.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Луцький національний технічний університет

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Питання, щодо фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого бізнесу виникають постійно, оскільки для досягнення високих темпів їх економічного зростання, необхідно постійно вдосконалюватись, що потребує додаткових фінансових ресурсів. Відсутність достатнього обсягу фінансових ресурсів у суб'єктів малого бізнесу є головним фактором їх низького розвитку і незначного життєвого циклу, що призводить до їх банкрутства та ліквідації.

Необхідність вирішення проблем в сфері фінансового забезпечення розвитку суб'єктів малого бізнесу, обумовлено роллю останніх у розвитку економіки, що підтверджується наступними характеристиками: створюють додаткові робочі місця; формують значну частку доходів місцевих та Державного бюджету; забезпечують розвиток ОТГ в частині надходжень до бюджету та здійснення різних інвестицій; прискорюють товарооборот в країні та регіоні, зокрема; забезпечують доступність споживачів до різних груп товарів; сприяють розвитку торгівельної галузі в сільських місцевостях.

Згідно до Господарського кодексу, стаття 55 до суб'єктів малого бізнесу відносять фізичних та юридичних осіб, обсяг доходів у яких за рік не перевищує суму еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом НБУ, а середня чисельність працюючих за рік не більше 50 осіб. Також, згідно Господарського кодексу виділено суб'єктів мікропідприємництва, до яких відносять фізичних та юридичних осіб, обсяг доходів за рік у яких не перевищує суму еквівалентну 2 млн євро, визначену за середньорічним курсом НБУ, а середня чисельність працюючих за рік у яких не більше 10 осіб [1]. Для порівняння обсягів діяльності суб'єктів малого, середнього та великого підприємництва в Україні у таблиці 1 подано обсяги реалізації продукції різними суб'єктами підприємництва.

Таблиця 1

Динаміка обсягу реалізації продукції суб'єктами підприємництва в Україні, розподілені за обсягами своєї діяльності*

Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
Обсяг реалізації продукції суб'єктами великого підприємництва, тис. грн	2391454263	2929516585	3515839461	3631415313	3626387991
Обсяг реалізації продукції суб'єктами середнього підприємництва, тис. грн	2683303555	3314956082	3954017477	4194484139	4384676205
Обсяг реалізації	1651982037	2067799292	2496947692	2698213388	3051232950





Показник	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік
продукції суб'єктами малого підприємництва, тис. грн					
Обсяг реалізації продукції суб'єктами мікропідприємництва, тис. грн	811546392,8	1052149469	1292430517	1430559698	1652040669
Питома вага обсягу реалізації продукції суб'єктів великого підприємництва у загальному обсязі реалізації продукції усіма суб'єктами, %	35,55	35,24	35,28	34,51	32,78
Питома вага обсягу реалізації продукції суб'єктів середнього підприємництва у загальному обсязі реалізації продукції усіма суб'єктами, %	39,89	39,88	39,67	39,86	39,64
Питома вага обсягу реалізації продукції суб'єктів малого підприємництва у загальному обсязі реалізації продукції усіма суб'єктами, %	24,56	24,88	25,05	25,64	27,58

**Складено за джерелом [2]*

Виявлено, що частка реалізації продукції суб'єктами малого підприємництва зростала в динаміці, що пов'язано зі збільшення кількості суб'єктів малого бізнесу. Загалом, у 2016 році кількість суб'єктів малого підприємництва дорівнювала 1850034 одиниць, з них 1558880 одиниць – це фізичні особи, а 291154 одиниць – юридичні особи. У 2020 році, загальна кількість суб'єктів малого підприємництва дорівнювала 1955119 одиниць, з них 1599411 – фізичні особи, а 355708 – юридичні особи [2].

Найбільший обсяг реалізації продукції протягом 2016-2020 років припадав на суб'єктів середнього підприємства, до яких належать ті суб'єкти у яких дохід за рік перевищує суму еквівалентну 10 млн євро, визначену за середньорічним курсом НБУ, але не більше суми еквівалентної 50 млн євро, визначеної за середньорічним курсом НБУ, а чисельність працюючих за рік коливається в межах від 50 до 250 осіб [1].

Сучасний стан розвитку суб'єктів малого бізнесу підтверджує той факт, що у своїй діяльності вони використовують переважно самофінансування, тобто усі інвестиційні чи поточні потреби фінансуються лише за рахунок



власних коштів, а саме чистого прибутку та амортизаційних відрахувань. Про те, світовий досвід свідчить, що використання самофінансування обмежує можливості малого бізнесу розвиватись швидкими темпами, а необхідно залучати зовнішні джерела фінансування [3, с. 184]. Економічна нестабільність в країні засвідчує той факт, що розвиток суб'єктів малого бізнесу за рахунок власних коштів також є досить обмеженим, що пов'язано із низькою рентабельністю їх діяльності чи взагалі збитковістю. Можливість та обсяги самофінансування розвитку залежить також від специфіки діяльності окремих суб'єктів малого бізнесу та видів їх економічної діяльності. Таким чином, виникає потреба в активізації інших форм фінансування розвитку суб'єктів малого бізнесу.

Зокрема, найбільш поширеними формами фінансування розвитку малого бізнесу є самофінансування, кредитування та бюджетне фінансування. Причинами того, що самофінансування є найбільш поширеною формою фінансування малого бізнесу в Україні, можна назвати високу ціну кредитних коштів та низьку підтримку держави і органів місцевої влади даної групи суб'єктів підприємництва.

Загалом, низький рівень державної підтримки малого бізнесу в Україні відбувається через недосконалість законодавства у даній сфері, з однієї сторони та через недобросовісне використання коштів суб'єктами малого бізнесу, отриманими за рахунок державних програм, з іншої сторони.

На нашу думку, для активізації участі держави та органів місцевої влади у фінансуванні розвитку суб'єктів малого бізнесу, необхідно:

- розробити систему відшкодування частини чи повної суми відсотків за кредитами, наданими суб'єктам малого бізнесу для розвитку;
- забезпечити участь суб'єктів малого бізнесу у тендерах, що дозволить збільшити обсяг реалізації продукції даними суб'єктами та отримати додатковий прибуток для подальшого розвитку;
- спростити механізм надання кредитів суб'єктам малого бізнесу;
- фінансувати певні програми розвитку суб'єктів малого бізнесу за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів;
- підвищувати інвестиційний клімат в країні;
- надавати певні податкові пільги для суб'єктів малого бізнесу, що хочуть розвиватись та інвестувати кошти в розширення діяльності;
- надавати безповоротну фінансову допомогу за рахунок коштів місцевих бюджетів на розвиток малого бізнесу в окремих територіях.

Для підвищення частки кредитів у джерелах фінансування розвитку малого бізнесу в першу чергу необхідно знизити відсоткові ставки на ринку кредитів, полегшити умови отримання кредиту суб'єктами малого бізнесу та розширити перелік пропонованих кредитних послуг.

Державна підтримка розвитку малого бізнесу у сфері фінансування та лояльність кредитної політики банків в сфері малого бізнесу, дозволять суб'єктам малого підприємництва активно реалізовувати інвестицій,



впроваджувати інновації та підвищувати свою конкурентоспроможність, оскільки за рахунок низьких конкурентних переваг, більшість суб'єктів малого бізнесу мають обмежені можливості географічного розширення ринків збуту та збільшення клієнтської бази.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003. №436-IV. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>

2. Офіційний сайт Державної служби статистики України: URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 21.02.2022).

3. Сирветник-Царій В.В. Сучасні реалії фінансового забезпечення розвитку малого підприємництва в Україні. *Економіка і суспільство*. 2016. Вип. 2. С. 181-187.





Отрода А. С., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Облік і оподаткування
Науковий керівник – **Дорошенко А. П.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної та економічних досліджень,
Полтавський державний аграрний університет

ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФОРМУВАННЯ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ПІДПРИЄМСТВА

В наш час основні засоби є одним з головних елементів, що визначають можливість функціонування будь-якого суб'єкта господарювання. У більшості сучасних підприємств основні засоби зазвичай займають значну частку активів. Їх стан й динаміка вартості дають важливу інформацію як керівництву, так й інвесторам, засновникам й іншим зацікавленим сторонам так як достовірна й об'єктивна оцінка засобів основних дає змогу формулювати висновки про рівень й динаміку фінансового стану, а отже й приймати обґрунтовані та, відповідно, ефективні управлінські рішення. Від оснащеності підприємства основними засобами, рівня їх функціонального зносу та ефективного використання (передусім від ефективного використання основних виробничих засобів), вирішальною мірою залежить обсяг виробництва товарів і послуг та пов'язані з ним кінцеві результати діяльності підприємства.

Кількісне зростання та якісне вдосконалення основних засобів, їх концентрації в провідних галузях виробництва сприяють поглибленню технологічного поділу праці, розвитку міжгалузевих та міжгосподарських зв'язків. Забезпечення певних темпів розвитку і підвищення ефективності виробництва можливе за умови інтенсифікації відтворення та кращого використання діючих основних засобів. Ці процеси, з одного боку, сприяють постійному підтриманню належного технічного рівня кожного підприємства, а з іншого, – дозволяють збільшувати обсяг виробництва продукції без додаткових інвестиційних ресурсів, знижувати собівартість виробів за рахунок скорочення питомої ваги амортизації та витрат на обслуговування виробництва і його управління, підвищувати фондівдачу і прибутковість.

Оцінка необоротних активів повинна проводитись комплексно, з урахуванням матеріальних та вартісних факторів.

В науковій літературі аналіз стану та ефективності використання основних засобів підприємства складається з таких етапів:

- визначення показників забезпечення підприємства основними засобами;
- визначення показників стану основних засобів [4];
- визначення показників руху основних засобів [2];
- визначення показників ефективності використання основних засобів підприємства [1, 3].

Аналіз основних фондів починають із визначення забезпеченості підприємства основними засобами. Для цього необхідно з'ясувати, чи достатньо в підприємства основних засобів, яка їхня динаміка, склад, структура, технічний стан, яким є рівень виробництва та його організація.



На нашу думку, варто виокремити чотири основні напрями аналізу основних засобів, які можна графічно зобразити на рис. 1.

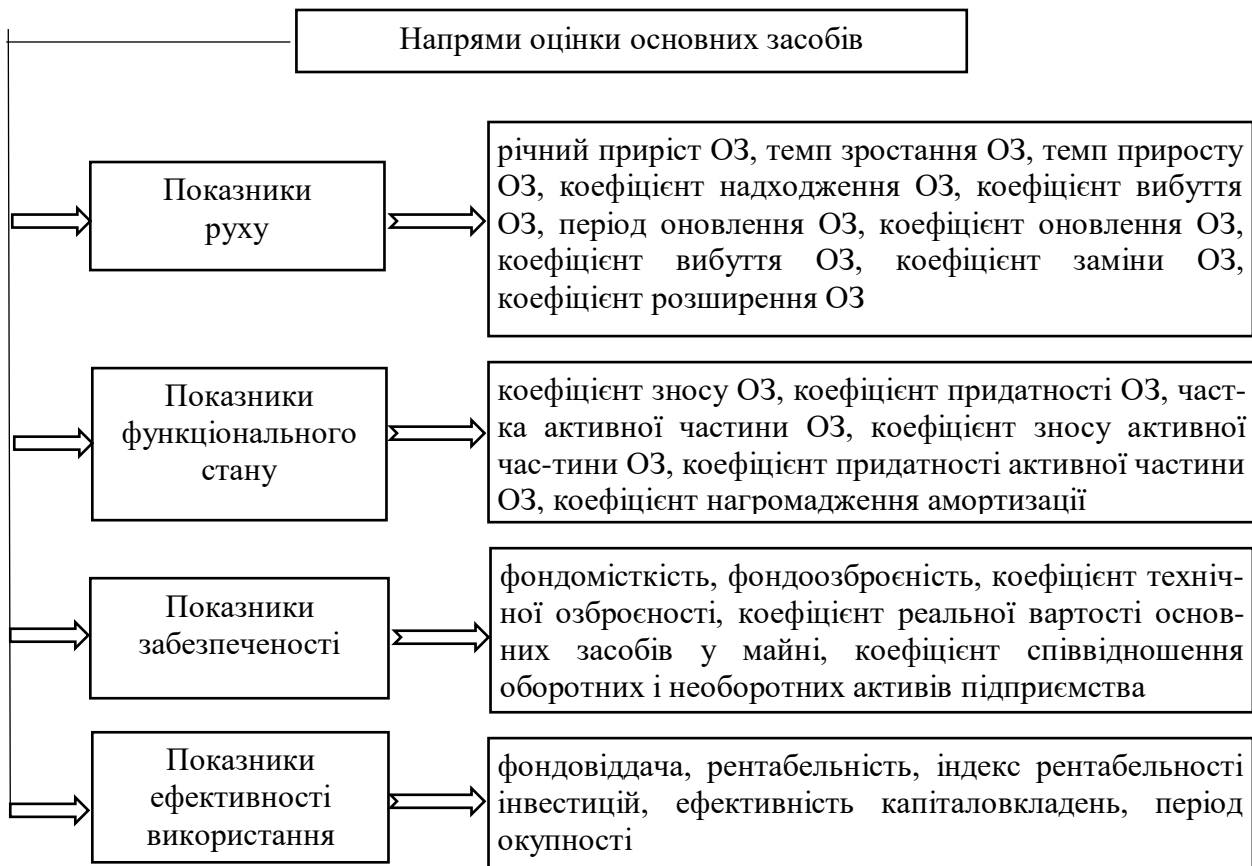


Рис. 1. Напрями аналізу основних засобів суб'єкта господарювання

Як бачимо з рис. 1 до показників забезпеченості підприємства основними засобами відносять: фондомісткість, фондоозброєність, коефіцієнт технічної озброєності, коефіцієнт реальної вартості основних засобів, коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні, коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів підприємства.

Фондомісткість продукції показує середньорічну вартість основних виробничих фондів в розрахунку на 1 гривню виробленої продукції [2].

Показник фондоозброєності праці показує відношення середньорічної вартості основних виробничих фондів до середньоспискової чисельності робітників підприємства.

Показник технічної озброєності праці, показує середньорічну вартість активної частини основних засобів, що припадає на одного працівника.

Коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні характеризує частку основних засобів підприємства в загальній вартості його активів.

До показників ефективності використання основних засобів відносять фондовіддачу, рентабельність, індекс рентабельності інвестицій, ефективність капіталовкладень, період окупності.

Одним із показників ефективності використання основних засобів є



фондовіддача, що показує грошовий вираз виробленої продукції в розрахунку на 1 гривню середньорічної вартості основних виробничих засобів [3].

Рентабельність основних засобів – це показник, що показує величину прибутку (збитку), котрий одержується з одиниці вартості основних фондів, тобто рівень їх економічної віддачі [1].

Індекс рентабельності інвестицій характеризує грошовий потік, який припадає на одиницю витрат (інвестицій).

Ефективність капіталовкладень – показник, що характеризує приріст річного прибутку до капітальних вкладень, які викликали цей приріст [3].

Таким чином, ефективне використання основних виробничих засобів означає, що за тієї самої їх величини збільшується виробництво продукції, зростає маса чистого прибутку або коли темпи збільшення цих видів ефекту випереджають подальше підвищення фондооснащеності виробництва.

Список використаних джерел:

1. Зінченко О. В., Зайцев А. Є. Організаційно-методичні питання аналізу основних засобів на підприємстві. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. Вип. 6 (17). С. 656 – 663.
2. Тютюнник Ю. М. Фінансовий аналіз : навч. посіб. Київ : Знання, 2012. 815 с.
3. Юрчишева Л. В., Волинець С. М. Аналіз ефективності використання основних засобів на підприємстві. *Ефективна економіка*. 2011. № 8. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=668> (дата звернення 01.03.2022).
4. Якімова Л. П., Смольнікова К. А. Аналіз основних засобів підприємства: проблемно-прогностичний підхід. *Інноваційна економіка*. 2020. № 5-6. С. 155 – 161.





Петрищева К.Г., аспірант,

кафедра «Фінанси, банківська справа та підприємництво»,
Науковий керівник – **Єлецьких С.Я.**, д.е.н., професор кафедри
«Фінанси, банківська справа та підприємництво»,
Донбаська державна машинобудівна академія

МОДЕРНІЗАЦІЯ МЕХАНІЗМУ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ФІНАНСОВОЇ СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ФІНАНСОВОГО РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯ

Сучасні умови зовнішнього середовища, наявність ризиків та загроз діяльності суб'єктів господарювання є причиною об'єктивної необхідності створення та підтримки механізму фінансової складової економічної безпеки. В умовах обмеженої кількості ресурсів завжди гостро постає питання їх раціонального та економного використання. Особливо вразливою щодо зовнішніх загроз є сфера фінансових відносин, розподілу та використання фінансових ресурсів, тому механізм фінансової складової економічної безпеки з позиції фінансового ресурсозбереження для кожного суб'єкта господарювання потребує його подальшої модернізації.

У фінансово-економічній літературі автори розглядають модернізацію економіки, суспільства, підприємства та соціально-економічних систем. У дослідженні розглянемо модернізацію економіки та підприємства.

З позиції Бужимської К.О. «Під модернізацією ми розуміємо технологічні, структурні та інституційні зміни в економіці, які призводять до зростання якості і продуктивності праці, підвищенню частки високотехнологічних виробництв в структурі ВВП, якості життя населення і в кінцевому підсумку конкурентоздатності країни в глобальній економіці» [0]. Тобто відповідно до першого виділеного підходу модернізація – це зміни в економіці.

Згідно з другим виділеним підходом модернізація економіки визначається, як «стан її функціонування ...», а саме: Петрович Й.М., Лушак Н.С. зазначають, що: «Модернізація економіки – це такий стан її функціонування, який передбачає нарощування економічного потенціалу країни, створення умов для розвитку окремих суб'єктів господарювання, оновлення їх матеріально-технічної бази, впровадження новітніх виробничих технологій, бізнес-процесів для можливості впровадження інноваційної продукції, конкурентоспроможної на внутрішньому і зовнішньому ринках; розвиток наукоємних галузей виробництва та стимулювання інвестиційного процесу» [0]. Дане визначення є більш повним відрізняється від попереднього тим, що автори ототожнюють модернізацію економіки із створенням умов для розвитку, додатковим елементом модернізації економіки вважають «розвиток наукоємних галузей виробництва та стимулювання інвестиційного процесу»

Отже, модернізація передбачає: розвиток; позитивні зміни; певні перетворення в діяльності; використання інновацій; використання новітніх технологій; забезпечення покращення якості життя суспільства; покращення



конкурентоздатності продукції країни; розвиток наукоємних галузей виробництва.

Враховуючи вищевикладене, надамо визначення модернізації механізму фінансової складової економічної безпеки підприємства з урахуванням критерію фінансового ресурсозбереження – процес перетворення діючої на підприємстві моделі «фінансового ресурсозбереження» з використанням передового досвіду, наслідком чого є більш економне та раціональне використання фінансових ресурсів, підвищення якості фінансового управління та прогнозування надходжень та витрат.

Розглядаючи питання модернізації механізму фінансової складової економічної безпеки підприємства з урахуванням критерію фінансового ресурсозбереження, зазначимо, що його побудова передбачає наявність суб'єкта та об'єкта фінансових відносин. Аналіз фінансово-економічної літератури стосовно вказаного питання дозволяє визначити, що Тимощенко К.С. [0, с 136] відносить до 1 рівня суб'єкта фінансових відносин: раду директорів та топ-менеджмент; до 2 рівня - PR-службу, зовнішній аудит, внутрішній аудит, аналітичну службу, 3 рівня – фінансовий відділ та бухгалтерію. На нашу думку, утримування PR-служби, зовнішнього аудиту, внутрішнього аудиту та аналітичної служби вимагає значних витрат та є зовсім нераціональним. Полтініна О.П. вважає за необхідне створити забезпечення фінансової безпеки на засадах контролінгу, тому до суб'єкта ФБСП (фінансова безпека суб'єкта підприємництва) відносить власників, керівників, кадровий склад, службу безпеки суб'єкта підприємництва, фінансову службу, службу контролінгу [0, с. 7]. В цілому погоджуємось із думкою автора, але зауважимо, що «стейкхолдери» виконують у більшому ступені контрольну функцію, а виконання досліджень стосовно стану діяльності підприємства забезпечується працівниками окремих служб підприємства.

З метою створення механізму фінансової безпеки нами виділено три рівні суб'єкта ФБП. 1 рівень - Фінансовий відділ, Планово-економічний відділ, до їх функцій належить наступні: збір та обробка інформації, 2 рівень - Служба економічної безпеки або внутрішнього аудиту - Перевірка та контроль фінансової діяльності підприємства, 3 рівень - Керівники та власники суб'єктів господарювання - Прийняття управлінських рішень.

Відповідно до Малик О.В об'єктом ФБП є «фінансова діяльність підприємства в цілому, її окремі елементи (прибуток, джерела формування фінансових ресурсів, структура капіталу, обсяги та інтенсивність грошових потоків, фінансові інвестиції, фінансові інновації тощо) та сукупність фінансових ризиків, що впливають на фінансову діяльність підприємства.» [0, с. 168], Тимощенко К.С. – фінансова діяльність підприємства в цілому, [0, с 135]. З метою створення механізму фінансової безпеки підприємства з урахуванням критерію фінансового ресурсозбереження об'єктом будемо вважати: фінансові відносини підприємства, що виникають у сфері розподілу фінансових ресурсів, та фінансові ресурси підприємства.



Суб'єкт-об'єктні відносини механізму фінансової безпеки з позиції фінансового ресурсозбереження відображено на рис. 1.



Рис. 1. Суб'єкт-об'єктні відносини механізму фінансової безпеки з позиції фінансового ресурсозбереження

(Джерело: розроблено автором на основі [0; 0; 0])

Отже, головною передумовою модернізації механізму забезпечення фінансової складової економічної безпеки підприємства на основі фінансового ресурсозбереження є створення механізму фінансової безпеки з позиції фінансового ресурсозбереження, для якого визначені суб'єкт та об'єкт та суб'єкт-об'єктні відносини.

Список використаних джерел:

1. Бужимська К.О. Модернізація економіки: технологічно-структурний аспект. *Вісник ЖДТУ*. 2009. № 3(49). С. 214–217.
2. Петрович Й.М., Луцак Н.С. Сутнісна характеристика поняття модернізації підприємства в системі економічних категорій. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. № 748. С. 199–206.
3. Тимощенко К.С. Фінансовий механізм фінансової безпеки суб'єктів підприємництва: дис..канд. екон. наук: 08.00.08. Дніпропетровськ, 2015. 310 с.



4. Полтініна О.П. Забезпечення фінансової безпеки суб'єктів підприємства на засадах контролінгу: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.08. Харків, 2013. 21 с.

5. Малик О.В. Формування механізму управління фінансовою безпекою підприємства: дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Хмельницький, 2015. 263 с.





Пікуль С. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Облік і оподаткування,
Науковий керівник – **Бражник Л. В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ФІНАНСОВА КРИЗА НА ПІДПРИЄМСТВІ: СИМПТОМИ ТА ФАКТОРИ, ЩО ЇЇ СПРИЧИНЯЮТЬ

В умовах ринкової економіки для багатьох підприємств, організацій та установ існує загроза фінансової кризи [1, с. 180]. Якщо вчасно не помітити її ознаки, не визначити причини, то вона може призвести до банкрутства, а згодом – до ліквідації суб'єкта підприємництва. У теорії фінансова криза – це період незбалансованої діяльності підприємства та обмеженої можливості його впливу на фінансові відносини [2, с. 312]; різке погіршення фінансового стану бізнесу під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. А щоб не зіткнутися з кризою на практиці, слід дослідити її симптоми та причини, уміти застосовувати заходи щодо оздоровлення підприємства у разі настання кризового періоду.

Фінансова криза на підприємстві буває трьох рівнів. Перший рівень – це період, коли фінансовий стан підприємства не загрожує його функціонуванню, але за умови, що воно буде переведено на режим антикризового управління. Другий рівень – коли фінансовий стан бізнесу загрожує його функціонуванню та існуванню взагалі. На цьому рівні необхідно негайно здійснити фінансову санацію. Якщо ж цей захід був проігнорований, то суб'єкт підприємництва переходить на третій рівень фінансової кризи. На цьому етапі слід говорити лише про його ліквідацію [2, с. 313]. Але щоб не сталося непоправне, слід вчасно помічати ознаки кризи, уміти їх аналізувати та діяти.

Фахівці виділяють декілька симптомів фінансової кризи підприємства. Криза має різкий характер, тому і пов'язана з різкими змінами у стратегії підприємства. Наприклад, установлення завищених цін на власні товари, втілення ризикових ідей тощо. Це можуть бути перемини в управлінні (посилення централізації функцій у вузькому колі осіб) або у вищому керівництві підприємства. Щодо господарських засобів підприємства, то відбуваються зміни у структурі активів (підвищення або зменшення дебіторських заборгованостей, різка зміна розміру запасів) та у структурі капіталу (збільшення кредиторської заборгованості, зміна дебіторської заборгованості на кредиторську). Також відбуваються зміни у статтях звіту про фінансові результати підприємства (збільшення або зменшення продажів, зниження прибутку) [3, с. 227]. Ознакою кризи може бути зниження попиту на товари, а згодом – скорочення обсягів виробництва. Щодо найманих працівників, то може бути затримка з виплатою заробітної плати. Всі ці ознаки говорять про початок або вже наявність фінансової кризи суб'єкта підприємництва. Які ж причини породжують ці сигнали?

Причини фінансової кризи на підприємстві поділяють на зовнішні та



внутрішні. Зовнішні – це ті, що не залежать від діяльності самого ж підприємства, а внутрішні – залежать від його функціонування. Всі причини пов'язані між собою та разом впливають на його фінансову та господарську діяльності [1, с. 180].

До зовнішніх причин кризи насамперед слід віднести політичну нестабільність у країні, де розташоване підприємство, спад в економіці загалом та виникнення в ній незбалансованих фінансових явищ. Наступною причиною є нестабільність податкового чи господарського законодавства, на основі яких і відбувається регулювання діяльності суб'єктів підприємництва. Фактором кризового періоду є наявність інфляції, низька купівельна спроможність населення, нестабільність фінансового ринку, монополізація ринку тощо. Вище зазначені причини можуть призвести до фінансової кризи, якщо відповідні державні служби або служби підприємств невчасно або хибно реагують на них. На сучасному ринку існує чимало організацій в одній галузі, тому посилення конкуренції або ж розлад в самій галузі, конфлікти між власниками підприємства стають причиною кризи. Ще одним зовнішнім фактором фінансової кризи є не вигідне або нестабільне географічне чи геополітичне розміщення бізнесу. Не слід виключати дискримінацію підприємств органами влади й управління, що безпосередньо загрожує їх стабільному функціонуванню і, тим паче, стабільним фінансовим відносинам [1, 2, 4, 5].

Внутрішні причини пов'язані більшою мірою з найманими працівниками та їх уміннями. Отже, низька кваліфікація менеджерів, маркетологів, керівного персоналу, утримання зайвих робочих місць, трудові конфлікти – стають причинами кризи на підприємстві. Слід відзначити однією з причин недоліки у виробничій структурі, а також у структурі управління організацією та в її стратегічній спрямованості. Великий вплив на фінансову структуру суб'єкта підприємництва мають інвестиції, доходи та виробничі ресурси. Незадовільне поводження з ресурсами або ж нераціональне їх використання, недосконалість виробничої структури призведе до скорочення готової продукції, що, відповідно, скоротить рівень її реалізації, як наслідок – втрата ринків збуту та покупців. Прорахунки в інвестиційній діяльності можуть ставити під загрозу грошовий капітал підприємства, а відсутність інновацій та низька конкурентоспроможність знизить рівень зацікавленості наявних клієнтів та ускладнить залучення нових [1, 2, 3, 5].

Типовими наслідками вище згаданих причин є втрата клієнтів, збільшення тиску на ціни, зменшення обсягів реалізації та дефіцит виручки у зв'язку з цим, зниження продуктивності праці тощо [5]. Всі разом наслідки призводять спочатку, як вже було описано, до незбалансованості у діяльності підприємства, а згодом – до його ліквідації. Щоб цього уникнути керівництво повинно мати достатню кваліфікацію та освіченість для своєчасного розпізнання симптомів, що сигналізують про початок фінансової кризи на підприємстві. Важливо не втрачати часу та почати оздоровлення бізнесу за допомогою заходів санації.



Список використаних джерел:

1. Ніпіаліді О. Ю., Карпишин Н. І. Фінанси підприємств: навч. посібник. Тернопіль: Економічна думка, 2009. 232 с.
2. Бердар М. М. Фінанси підприємств. навч. посібник. Київ: Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
3. Фінанси підприємств: навч. посібник / за ред. Г.Я. Аніловської, І. Б. Висоцької. Львів: ЛьвДУВС, 2018. 440 с.
4. Аранчій В. І., Чумак В. Д., Бражник Л. В. Фінанси підприємств: навч. посібник. Полтава: РВ ПДАА, 2018. 350 с.
5. Король В. А. Фінанси підприємств: навч. посібник. URL: <https://buklib.net/books/22036/> (дата звернення: 18.03.2022).





Рязанова Н.О., д.е.н, доцент,
зав. кафедри фінансів, обліку та банківської справи, професор,
ДЗ «Луганській національний університет Імені Тараса Шевченка»

ПРОГНОЗУВАННЯ ФІНАНСОВОЇ НЕСТІЙКОСТІ

У більшості галузей постійно відбувається зміна складу та співвідношення сил компаній-учасників. Фінансова стійкість компанії в сучасному світі, де щороку винаходять нові технології, товари та послуги, може похитнутися швидко та несподівано. Середній проміжок часу, що проходить між процвітанням та банкрутством, стрімко скорочується. У зв'язку з цим особливу актуальність для інвесторів, що надають компаніям власний або позиковий капітал, набувають такі питання, як прогнозування фінансової нестійкості та способи її запобігання, вибір найбільш ефективного рішення щодо фінансово-нестійких компаній, забезпечення координації між зацікавленими сторонами при виборі та здійсненні такого рішення.

Стан фінансової нестійкості пов'язаний для компанії з прямими і непрямими витратами, які зрештою лягають на інвесторів.

Прямі витрати, також звані витратами банкрутства є матеріальними витратами, що виникають безпосередньо під час проведення процедури банкрутства і включають оплату різних судових та адміністративних витрат [1]. За оцінками різних авторів прямі витрати банкрутства можуть у середньому становити від 3,1% до 24,9% від активів і залежати від розміру проблемної компанії [1-3].

Під непрямими витратами розуміються втрати ефективності, пов'язані з втратою фінансової стабільності, виникненням у різних контрагентів сумнівів щодо майбутніх перспектив компанії та відповідним зниженням стимулів до співпраці з нею [3]. Вони значніші за розміром, ніж прямі витрати, і раніше починають впливати на діяльність проблемної компанії. Непрямі витрати становлять від 53% до 65% сукупних витрат фінансової нестійкості та банкрутства [1;2].

Для ефективного управління вкладеннями та мінімізації втрат, пов'язаних із ситуаціями фінансової нестійкості у компаніях-об'єктах вкладення, інвесторам важливо заздалегідь прогнозувати такі випадки. До теперішнього часу розроблено велику кількість різних методів передбачення банкрутства.

У випадках, коли запобігти фінансової нестійкості не вдалося, постає питання про вибір між ліквідацією, що полягає в розформуванні проблемної компанії та продажу її активів на аукціоні, та реструктуризацією, що передбачає збереження фінансово-нестійкої компанії у вигляді єдиного бізнесу з можливістю розрахуватися за зобов'язаннями пізніше.

У науковому співтоваристві існують різні точки зору про те, який із цих варіантів дій є оптимальним. Основними аргументами на користь ліквідації є [3]:

- реструктуризація, що зберігає компанію у вигляді єдиного цілого, лише консервує існуючу неефективність у використанні ресурсів, тоді як



аукціон за максимально можливою ціною передає майно особам, здатним знайти оптимальне застосування;

- тривалість процесу реструктуризації та пов'язані з ним високі витрати призводять до розмивання вартості та скорочення масштабів бізнесу. Більшість компаній після реструктуризації суттєво зменшуються у розмірі та втрачають ринкові позиції;

- після реструктуризації майже всі компанії демонструють незадовільні фінансові показники – рентабельність нижча за середню по галузі та надмірно високе боргове навантаження;

- порушення під час реструктуризації пріоритету прав вимог серед інвесторів.

Серед аргументів на користь реструктуризації можна перерахувати [3]:

- реструктуризація результативна тому, що дозволяє зберегти у вигляді єдиного чинного бізнесу три з чотирьох підданих цій процедурі компаній;

- ліквідація та реструктуризація тривають зівставний час, схожий за величиною адміністративних витрат, проте реструктуризація забезпечує інвесторам великі грошові виплати. У цьому ліквідація через високі витрати особливо неефективна щодо малих підприємств;

- при ліквідації активи компанії реалізуються зі значним дисконтом до їхньої справедливої ринкової вартості. Цей дисконт збільшується, коли проблеми компанії спровоковані загальногалузевою кризою, і потенційні покупці активів відчують фінансові труднощі;

- рентабельність компаній, що пройшли реструктуризацію дає інвесторам дохід вищий, ніж продаж активів компанії та вкладення виручених коштів у диверсифікований портфель цінних паперів, за структурою відповідний фондовому індексу.

У кожному випадку вибір між реструктуризацією та ліквідацією має здійснюватися індивідуально, з урахуванням галузевих умов, перспектив компанії, ліквідності активів, витрат на процедури та інших факторів.

Загалом інститут банкрутства та ринок непрацюючих боргів в Україні поки що не відіграють такої ж важливої регулюючої ролі в економіці, як у розвинених країнах, проте їхнє значення може поступово збільшуватися. Формування ринку інвестицій у проблемні борги та активи, вкладення коштів у цінні папери проблемних та фінансово нестійких компаній у найближчому майбутньому може стати одним із перспективних напрямів інвестиційної діяльності, на що вказує, у першу чергу, іноземний досвід та сучасні тенденції розвитку ринку.

Першопричиною виникнення фінансової нестійкості компаній у більшості випадків є внутрішня неефективність бізнесу, проте для появи гострої фінансової кризи додатково потрібний зовнішній імпульс у вигляді негативних рухів ринку або жорсткого регулювання.

Фінансова нестійкість і банкрутство пов'язані з істотними прямими і



непрямими витратами, які негативно впливають на дохідність вкладень інвесторів.

Проблема фінансової нестійкості може бути вирішена різними варіантами. В одних випадках ефективнішим варіантом дії є ліквідація проблемного бізнесу, в інших – його збереження та реструктуризація. Оптимальний вибір залежить від особливостей ситуації: причин, що породили кризу, можливості їх усунення, величини витрат на ліквідацію та реструктуризацію.

Основною причиною прийняття неефективних рішень у виборі між ліквідацією та реструктуризацією є асиметрія інформації між власниками та кредиторами фінансово-нестійкої компанії. На відміну від власників, кредитори в більшості ситуацій нездатні оцінити перспективи реструктуризації проблемної компанії, а тому вибирають ліквідацію частіше, ніж це оптимально. Кількість випадків неефективного закриття компаній має скоротитися зі зростанням їхньої інформаційної прозорості, розвитком ринку проблемних боргів та активів, збільшенням кількості інвесторів, що спеціалізуються на вкладеннях у фінансово-нестійкий бізнес, та активізацією діяльності консультантів, що займаються проведенням комплексної реструктуризації.

Список використаних джерел:

1. Altman E.I. (1984) A Further Empirical Investigation of the Bankruptcy Cost Question. *The Journal of Finance*, 39, 1067-1089. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6261.1984.tb03893.x>
2. Branch B. (2002) The costs of bankruptcy: A review. [International Review of Financial Analysis](#), vol. 11, issue 1, 39-57.
3. Протасевич Р.В. Стоит ли инвестировать в ценные бумаги проблемных и финансово неустойчивых компаний? / *Фондовый рынок. Современное состояние, институты и тенденции развития*. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. С. 228-237.





ЕФЕКТИВНІСТЬ КОШТОРИСНОГО ПЛАНУВАННЯ БЮДЖЕТНОЇ УСТАНОВИ

Планування кошторису є надзвичайно важливим процесом для бюджетної установи, оскільки дає можливість дослідити та проаналізувати діяльність установи, визначити основні проблеми у кошторисному плануванні та встановити шляхи їх усунення.

Кошторис бюджетної установи – основний плановий фінансовий документ бюджетної установи, яким на бюджетний період встановлюються повноваження щодо отримання надходжень і розподіл бюджетних асигнувань на взяття бюджетних зобов'язань та здійснення платежів для виконання бюджетною установою своїх функцій та досягнення результатів, визначених відповідно до бюджетних призначень [1].

Кошторис доходів і витрат відображає заплановані доходи й експлуатаційні та інші витрати. Останні можуть бути дуже різноманітними і залежать від принципів класифікації витрат. Кошторис доходів і витрат на відміну від балансу доходів і витрат включає доходи від реалізації продукції та інші доходи і передбачає покриття всіх витрат, пов'язаних з виробництвом продукції та іншими операціями.

Розпорядження бюджетними коштами здійснюється чітко у відповідності до кошторису, згідно із бюджетною класифікацією видатків. Їх нецільове використання може призвести до кримінальної відповідальності. Недосконалість законодавчої системи призводить до появи різноманітних схем ухилення від законодавства, це підтверджують висновки науковців з питань державного фінансового контролю[2].

Ефективність планування кошторису дозволяє виявити не лише стан, але й причини, що перешкоджають успішному розвитку бюджетної установи, що становить основу майбутньому розвитку об'єкта дослідження.

Таким чином, розуміння сутності та складових кошторису, а також визначення особливостей та вимог до його формування мають забезпечувати високу якість інформаційного підґрунтя для здійснення ефективного планування, спрямованого на забезпечення раціонального використання бюджетних коштів.

Одним із методів ідентифікації внутрішніх сильних і слабких сторін і розпізнавання зовнішніх можливостей і загроз є саме SWOT-аналіз, який показує, яким чином краще застосувати власні сили і зменшити внутрішні слабкості, оптимально використовуючи зовнішні можливості усуваючи загрози. Такий аналіз, зазвичай, використовується для виявлення найбільш важливих внутрішніх і зовнішніх факторів, що мають значення для розвитку, а також ефективного планування кошторису бюджетної установи.

В умовах динамічного середовища вплив економічних факторів може або сповільнити розвиток та становлення управління, або навпаки сприяти



активізації діяльності, а також є визначальним фактором стабільності в установі.

Виробляючи стратегії, слід пам'ятати, що можливості і загрози можуть переходити в свою протилежність. Так, невикористана можливість може стати загрозою, якщо її використовує конкурент.

В сучасних умовах вдосконалення кошторисного планування пов'язане також із:

- переходом на перспективне планування бюджетних показників і бюджетних програм;

- удосконаленням способів планування та планово-бюджетної роботи на всіх рівнях управління з тим розрахунком, щоб забезпечити розширення економічної самостійності органів місцевого самоврядування, керівників окремих галузей та бюджетних установ, посилити їхню відповідальність за кінцеві результати роботи.

В основі вдосконалення кошторисного планування лежить і покращення методики планування кошторису видатків бюджетної установи на основі:

- підвищення її оперативності і аналітичності, а саме впорядкування та уніфікування й стандартизації процесу документування з урахуванням вимог новітнього програмного забезпечення. Саме він передбачає заміну процесу обробки та систематизації первинних документів самими працівниками бухгалтерії на спеціалізовані новітні програми, які б дали можливість оперативно та ефективно обробляти інформацію на електронних носіях;

- залучення тимчасово вільних бюджетних коштів та їх залишків у розпорядників із метою здійснення першочергових бюджетних видатків, недопущення касових розривів у процесі виконання бюджетів;

Доцільним є також і підвищення повноважень місцевих органів влади щодо формування власної доходної бази, використання податкових важелів з метою стимулювання регіонального розвитку. Для цього місцеві органи влади повинні брати безпосередню участь в процесі встановлення та регулювання місцевих податків.

Список використаних джерел:

1. Бюджетний кодекс України від 08 липня 2010 р. № 2456-VI URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2456-17>. (дата звернення: 08.11.2021)

2. Постанова Кабінету Міністрів України 28 лютого 2002 р. № 228 «Про затвердження Порядку складання, розгляду, затвердження та основних вимог до виконання кошторисів бюджетних установ» URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/228-2002-п>. (дата звернення: 08.11.2021)

3. Бюджетно-податкова політика у системі регулювання економіки: монографія / І. Я. Чугунов, Т. В. Канєва, М. Д. Пасічний та ін.; за заг. ред. І. Я. Чугунова. К.: Глобус-Пресс, 2018. 354 с.

4. Державне фінансове регулювання економічних перетворень / І. Я. Чугунов, Т. В. Канєва та ін.; за заг. ред. А. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018. 376 с.



Сидор Г. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фундаментальних та спеціальних дисциплін,
**Чортківський навчально-науковий Інститут підприємства І бізнесу
Західноукраїнського національного університету**

Савків У. С., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
ДВНЗ «Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника

УДОСКОНАЛЕННЯ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ В УКРАЇНІ

Інструменти митно-тарифного регулювання суттєво впливають на міжнародну торгівлю і стають більш затребуваними для застосування на практиці, однак не позбавлені недоліків, потребують удосконалення з метою більшої результативності застосування. З огляду на це вони привертають до себе все більшу увагу урядовців та вчених-економістів.

У сучасних реаліях основне завдання митно-тарифного регулювання – це, з одного боку, забезпечити задоволення внутрішніх споживчих потреб, а з другого – наповнити вітчизняний ринок відповідною кількістю товарів і водночас співпрацювати з міжнародним співтовариством.

З огляду на це за допомогою митно-тарифних інструментів регулювання держава реалізує політику у сфері зовнішньоекономічної діяльності, стимулює вивезення або ввезення товарів, створює передумови проведення експортно-імпортних операцій. Ці види державного регулювання провадяться в межах чинного законодавчого поля.

Таким чином, назріває потреба у виробленні пропозицій щодо удосконалення системи митно-тарифного регулювання. Вважаємо за потрібне виокремити пріоритетні напрями удосконалення митно-тарифного регулювання, до яких належать такі:

- впровадження пільг для імпортерів, які займаються ввозом сировинних матеріалів на територію нашої країни;
- використання інноваційних технологій у національному виробництві, що сприятиме підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва;
- застосування досвіду високорозвинених держав у галузі митного регулювання з подальшим імплементаванням відповідно до вітчизняних реалій;
- систематизування або уніфікування переліку товарної номенклатури відповідно до світових стандартів, тому що часто виникають випадки декларування товарів не за своїм кодовим знаком, щоби зменшити суму платежів. Це дасть змогу зменшити відсоток ухилення від сплати податків;
- зниження рівня фіскального навантаження на митні податки. В Україні мито більшою мірою виконує фіскальну функцію (наповнює Державний бюджет), хоча мало б виконувати більше регулювальну.

Сукупність вищенаведених пропозицій щодо удосконалення системи митно-тарифного регулювання дасть можливість гарантувати безпеку національних інтересів у митній сфері та підвищити конкурентоздатність



економіки нашої країни та її позицій у світовому рейтингу ведення бізнесу завдяки створенню більш сприятливих умов для міжнародної торгівлі, сприятиме процесу євроінтеграції.

На наше переконання, з метою забезпечення стабільного розвитку України через сприятливі зовнішньоекономічні умови необхідно удосконалювати певні напрями у відповідних галузях суспільного життя, а саме:

- в екологічній галузі неприпустимим є допуск неконтрольованих ввезень в Україну екологічно небезпечних матеріалів, технологій тощо (небезпечних для людини, рослин, тварин);

- в галузі безпеки державного кордону пропонуємо поглибити транскордонну співпрацю із суміжними країнами;

- у галузі державної безпеки необхідно брати участь у міжнародній співпраці з метою боротьби з тероризмом, злочинністю; відпрацювати результативну систему контролю за постачанням технологій та продукції подвійного використання й оборонного призначення;

- в економічній галузі пропонуємо підвищити конкурентоздатність вітчизняної економіки; посилити участь нашої держави у міжнародному поділі праці; забезпечити передумови для стабільного економічного розвитку; розвивати експортний потенціал України; активізувати участь у фінансових та міжнародних економічних організаціях.

З огляду на вищевказане митно-тарифне регулювання – це результативний інструмент підтримки вітчизняних виробників, забезпечення фіскальних інтересів держави, захисту вітчизняного ринку. Тобто це своєрідний захисний механізм, який необхідний для вітчизняного товаровиробника в умовах посиленої міжнародної конкуренції.

З огляду на проблемні аспекти у митній сфері України необхідно окреслити шляхи їхнього вирішення (удосконалення), а саме:

- інституційного характеру – побудова узгодженої та цілісної системи митних органів, результативної територіальної структури;

- кадрового спрямування – підвищення професійної підготовки й кваліфікації працівників митних органів, окреслення кола повноважень;

- функціонального характеру – удосконалення матеріально-технічної бази, спрощення митних процедур та забезпечення їхньої прозорості тощо;

- тарифного характеру – гармонізація ставок мита й наближення до вимог європейської спільноти.

Список використаних джерел:

1. Сидор Г. В., Кушнір В. В. Методи державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності. *Сучасна фінансова політика України: проблеми та перспективи* : матер. ІХ Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Київ, 08 груд. 2021 р.). Київ, 2021. С. 182–184.



Соколова Л. В., д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою,
Аль-Фахор Ескндер Суліаман Салти,
здобувач вищої освіти PhD аспірант, ОНП Економіка
Харківський національний університет радіоелектроніки

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ – БАЗИС СТАЛОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У НЕСТАБІЛЬНОМУ СЕРЕДОВИЩІ

Найважливіші напрямки економічного розвитку України висвітлені у програмних документах «Стратегія сталого розвитку України на період до 2030 року». Вітчизняні промислові підприємства незалежно від видів своєї економічної діяльності у теперішній час функціонують в умовах невизначеного, турбулентного, нестабільного бізнес-середовища, жорсткої конкуренції, динамічної ринкової кон'юнктури, швидкої мінливості споживчих переваг на товарних ринках, стрімкого розвитку інноваційних технологій ведення бізнесу на фоні посилення агресивного впливу з боку макросередовища. Сучасний етап розвитку економіки країни характеризується економічною, політичною та соціальною нестабільністю. Інфляційні коливання, криза неплатежів та спад обсягів виробництва мають дуже великий негативний вплив на економічний розвиток підприємств країни, наслідком чого є зниження їх платоспроможності та фінансової стійкості, що може призвести до повного банкрутства. Умовою протистояння небезпечним викликам зовнішнього оточення та забезпечення не тільки їх виживання, але й результативності й стабільності діяльності промислових підприємств, є активізація процесу їх економічного розвитку, яка базується на реалізації стратегічних цілей сталого розвитку країни.

За результатами проведених кабінетних досліджень було з'ясовано, що існують різні підходи та погляди науковців до визначення дефініції поняття «економічний розвиток підприємства». З нашої точки зору вважаємо за доцільне під економічним розвитком підприємства розуміти «цілеспрямовані, незворотні кількісні та якісні зміни, що відбуваються під впливом певних закономірностей та призводять до структурних перетворень, забезпечуючи ефективне функціонування підприємства в довготривалому періоді» [1, с. 21]. Практика свідчить про те, що успішними стають підприємства, керівництво яких приділяє значну увагу не тільки збереженню свого наявного стану, але й подальшому його покращенню, забезпеченню свого економічного розвитку, ринкових позицій, ефективності виробничо-збутової діяльності, запланованого рівня конкурентоспроможності продукції.

У науковій праці [2] обґрунтовано твердження, що фінансова стійкість підприємства є передумовою його економічного розвитку, ознаками якого є підвищення ефективності виробництва, зниження собівартості продукції, ефективніше використання економічного потенціалу, що є в розпорядженні підприємства, забезпечення фінансової стабільності.

Фінансова стійкість підприємства характеризується таким станом своїх фінансових ресурсів, які за рахунок зростання прибутку і капіталу сприяють



утриманню ринкових позицій, забезпечують його платоспроможність, кредитоспроможність, інноваційну активність в умовах допустимого ризику своєї виробничо-збутової діяльності на внутрішніх і зовнішніх ринках збуту. Проте негативні тенденції розвитку підприємств промисловості свідчать про недостатню ефективність механізму фінансового управління в умовах наростання кризи в економіці країни. Тому вбачається за необхідне «проведення діагностичних досліджень у якості превентивного заходу запобігання банкрутства підприємств і забезпечення їх фінансової стійкості... Необхідно вчасно розпізнавати і забезпечувати прийняття превентивних управлінських рішень, які будуть обумовлювати зниження впливу негативних явищ на стан підприємства. Зміст і результати діагностичних досліджень дозволяють зробити висновок, що вони є одним із найбільш універсальних засобів отримання достовірної інформації про стан і відхилення у розвитку досліджуваного підприємства» [3, сс. 152, 160].

Процес підвищення фінансової стійкості підприємства повинен базуватися, як зазначено у роботі [4], на формуванні «науково обґрунтованої концепції її забезпечення, орієнтованої на збільшення частки власних коштів у загальному обсязі ресурсів». Практична реалізація такого підходу буде сприяти «ефективному використанню позикових коштів, а також залученню зовнішніх джерел фінансування, що можливо шляхом застосування інструментів фінансового менеджменту».

Таким чином фінансово-економічне благополуччя ринкової діяльності підприємства, результати його економічного, інвестиційного і фінансового розвитку безпосередньо залежать від фінансової стійкості підприємства в умовах сучасного мінливого, турбулентного зовнішнього оточення.

Список використаних джерел:

1. Матішак Ю. І. Характеристика зв'язку поняття «розвиток підприємства» з іншими економічними категоріями. *Сучасні економічні системи: стан та перспективи*: тези доп. VI Міжнародної наук.-практ. Інтернет-конф. (14–15 травня 2015 р.). Хмельницький : ХКТЕІ, 2015. С. 20-21.
2. Ткаченко І. П., Чувачалова І. А., Чувачалов О. А. Оцінка фінансової стійкості підприємства та напрями її забезпечення. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua>.
3. Соколова Л. В., Полозова Т. В. Теоретичне забезпечення діагностики як превентивний захід запобігання банкрутства підприємства. *Вісник Національного технічного університету «ХПІ»*. Серія : Технічний прогрес та ефективність виробництва. 2014. № 65. С. 152-160. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vcpritp_2014_65_25.
4. Забезпечення фінансової стійкості підприємства інструментами фінансового менеджменту. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream>.





Стешенко О. Д., к.е.н., доцент кафедри
управління державними і корпоративними фінансами
Український державний університет залізничного транспорту

СТРАХУВАННЯ ЯК МЕТОД МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

Діяльність господарюючих суб'єктів у сфері агропромислового комплексу (АПК) пов'язана з різним комплексом ризиків, вірогідність виникнення яких залежить від здатності системи управління прогнозувати стан і динаміку зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства, реалізувати заходи, що знижують вірогідність виникнення і збиток від реалізації несприятливих подій. Відносно практичного використання системного підходу до управління ризиками на вітчизняних підприємствах АПК можна зазначити, що він тут є присутнім лише в одиничних випадках і носить фрагментарний характер. Значною мірою це обумовлено відсутністю чіткої теоретичної бази і методичних рекомендацій з практичного застосування ризик-менеджменту на підприємствах АПК. У свою чергу, неефективне використання інструментів управління ризиками значно знижує їх конкурентоспроможність не лише на зовнішньому, але і на внутрішньому ринку.

Специфічні особливості діяльності АПК тісно пов'язані із чинниками ризику та невизначеності роботи в даній галузі, що, безумовно, підприємець сільськогосподарського підприємства зобов'язаний враховувати при плануванні та прийнятті управлінських рішень. До них відносять:

- 1) залежність від природних умов;
- 2) сезонний характер виробництва і грошових надходжень;
- 3) уповільнений у порівнянні з промисловістю кругообіг ресурсів;
- 4) використання специфічних засобів виробництва, таких, як земля, продукти рослинництва і тваринництва, біологічно активні мікроорганізми;
- 5) технології виробництва, пов'язані із специфікою використання ресурсів;
- 6) різноманіття форм виробництва, власності, господарювання;
- 7) відсутність концентрації виробництва, територіальне розосередження, віддаленість більшості підприємств АПК від міста;
- 8) відмінності між містом і селом;
- 9) стійкість традиційного ведення господарств.

Також іншою особливістю сільського господарства є взаємно заповнюваність його основних галузей – рослинництва та тваринництва. Тваринництво не може розвиватися без кормової бази, рослинництво – без органічних добрив, що надходять від тваринництва. Крім того, одночасний розвиток рослинництва й тваринництва дає змогу раціональніше використовувати трудові та матеріальні ресурси.

Найбільш поширений методом мінімізації впливу ризику є страхування – заключення страхового договору (страхового полісу) з однією із страхових компаній. Страховик за встановлену в договорі суму (страхова премія)



зобов'язується заплатити страхувальнику на умовах, обговорених в страховому полісі, договірну грошову суму, якщо страхувальник (підприємство) матиме збитки або якісь притиснення в своїй господарській діяльності в результаті настання несприятливих умов.

В агропромисловому комплексі існують дві форми страхування: обов'язкове та добровільне. До прийняття нової редакції Закону України «Про страхування» в обов'язковому порядку страхувався тільки урожай сільськогосподарських культур і багаторічних насаджень у державних сільськогосподарських підприємствах. Для відшкодування збитків за даною формою страхування створюється державний страховий фонд за рахунок обов'язкових страхових платежів [1]. Однак реформування підприємств АПК, заснованих на різних формах власності, відсутність коштів призвело до того, що страхування ризиків проводилося в небагатьох підприємствах. З метою розширення страхового ринку, необхідності відшкодування збитку за основними видами сільськогосподарської продукції до обов'язкових видів страхування було віднесено також страхування врожаю зернових культур і цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами всіх форм власності, а також страхування тварин на випадок загибелі, знищення, вимушеного забою, від хвороб, стихійних лих та нещасних випадків, згідно з переліком тварин, встановленими Кабінетом Міністрів України. За іншими ризиками страхування проводиться у добровільній формі [2].

Під час страхування врожаю сільськогосподарських культур за рахунок страхових виплат у несприятливі роки відшкодовуються витрати на вирощування врожаю, забезпечується повернення кредитів, набувається стійкість усього циклу сільськогосподарського виробництва. Традиційне комплексне страхування дає змогу застрахувати врожай від різних ризиків. Такі програми більшою чи меншою мірою поширені в багатьох країнах Європи, Північної та Латинської Америки, а також у Китаї.

Одним з основних недоліків традиційних видів страхування для аграрних холдингів є висока складність їх адміністрування, відсутність достатньої гнучкості для врахування всіх особливостей та побажань підприємств. Так, сучасне використання індексу врожайності дає змогу застрахувати врожай від усіх ризиків, але при цьому розмір страхового відшкодування визначається на підставі даних статистики лише тих регіонів, де вирощується врожай. Використання ж незалежного джерела даних дасть змогу проводити відшкодування швидко, прозоро і максимально легко з точки зору адміністрування. Також буде відсутня необхідність проведення оцінки збитків на рівні самих господарств. На відміну від агрохолдингів, для яких використання індексу врожайності є найкращим, для маленьких сільськогосподарств його використання може бути неоптимальним через можливі відхилення між волатильністю регіональної статистики і волатильністю господарства, що може потребувати додаткового балансування індексу. Використання індексу врожайності дає змогу також застрахувати



підприємницький ризик зниження врожаю для компаній, які не займаються вирощуванням сільгосппродукції, але залежать від зміни рівня врожаю в тому чи іншому регіоні (наприклад, втрачають частину маржі від недостатнього отримання сировини для переробки). Іншим варіантом індексного рішення є індекс погоди. Він дає змогу застрахувати врожай від окремих погодних ризиків, які ведуть до зниження врожайності. Такі рішення зазвичай структуруються на підставі окремих параметрів погоди, наприклад кількості опадів або температури, які найкраще корелюють з історичними втратами врожаю. Страхування через індекс погоди поширене в Індії, у країнах Африки, Східної Європи.

У ситуаціях, коли історичні детальні спостереження за погодою відсутні і статистична інформація є недостатньою, можуть використовуватися нормалізований різницевий вегетаційний індекс (NDVI), інфрачервоний вегетаційний індекс (IPV), ґрунтовий вегетаційний індекс (SAVI), індекс глобального моніторингу навколишнього середовища (GEMI), вегетаційний індекс, стійкий до впливу атмосфери (ARVI), вегетаційний індекс зеленості (GVI), модифікований відносний вегетаційний індекс для області ближнього інфрачервоного схилу та інші індекси, які розраховуються на підставі інформації, яка збирається космічними супутниками. Використання цих індексів дає точніші результати для оцінки кількості та стану рослинності. Ця інформація, своєю чергою, може бути використана для структурування рішень із хеджування ризиків неврожаю, оскільки кореляція між даним індексом і врожайністю часто досить висока [3].

Індексні рішення визначають основу державних програм страхування сільськогосподарських ризиків у цілої низці країн, зокрема в США. Основою системи сільськогосподарського страхування й управління ризиками, яка субсидується урядом США і забезпечує захист від більшості природних небезпек, включаючи посуху, повінь, град та інші катастрофічні природні явища, є програма MPCI – мультиризикове страхування.

Підсумовуючи страхування сільськогосподарських ризиків за 2021 рік, слід зазначити, що на Україні його здійснює приблизно п'ята частина від усіх компаній, що отримали ліцензію на цей вид страхування. Вітчизняний страховий ринок використовує невеликий набір страхових продуктів, відсутнє повноцінне ризикове страхування на весняно-літній період, зокрема, не покривається такий системний ризик, як посуха. В загальному ринок агрострахування потребує посилення системних зусиль уряду щодо його розвитку, зокрема, вдосконалення регулювання та надання системної підтримки цьому сектору.

Список використаних джерел:

1. Про страхування. Закон України від 07 березня 1996 р. № 85/96-ВР . URL : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/85/96-211%D0%B2%D1%80>.
2. Борисова В. А. Страхування як засіб запобігання ризиків аграрних виробників. URL: <http://magazine.faaf.org.ua/strahuvannya-yak-zasib->



zapobigannya-rizikiv-agrarnih-virobnikiv.html

3. Навроцький С. А. Соціально-економічні аспекти страхування в АПК.
Суми : Довкілля, 2004. 316 с.





Ткачук Н.М., к.е. н., доцент,

доцент кафедри менеджменту, фінансів,

банківської справи та страхування

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова

ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ: ОСОБЛИВОСТІ ТА РЕАЛІЇ

На сьогодні загальноновизнаним шляхом підвищення конкурентоспроможності не тільки розвинених країн, а й перехідних економік є розбудова економіки, що базується на функціонуванні інноваційних проектів і підприємств, що їх реалізують. Україна має всі необхідні передумови для розбудови інноваційно активних підприємств, має серйозний потенціал для розвитку, проте, на сьогодні головною перешкодою цьому стає недостатнє фінансування таких проектів у діяльності вітчизняних підприємств.

Основними джерелами фінансування інноваційної діяльності українських підприємств є: бюджетні асигнування, що виділяються з державного бюджету; кошти спеціальних позабюджетних фондів фінансування, що утворюються інноваційними підприємствами, регіональними органами управління; власні кошти підприємств (промислові інвестиції з прибутку й у складі витрат виробництва); фінансові ресурси різноманітних типів комерційних структур (інвестиційних компаній, банків, страхових товариств тощо); кредитні ресурси спеціально уповноважених урядом інвестиційних банків; іноземні інвестиції промислових і комерційних фірм і компаній; кошти приватних фізичних осіб [1, с. 457]. Порядок фінансування інноваційних проектів у кожному конкретному випадку має свою специфіку й безпосередньо пов'язаний із характером інновацій.

За формою власності джерела фінансування інноваційних проектів поділяються на державні та приватні. До державних джерел фінансування відносяться: бюджетні кошти, майно, що перебуває в державній власності, державні позики, кошти позабюджетних фондів та ін. Приватні джерела фінансування формуються за рахунок коштів приватних суб'єктів господарювання, інноваційних банків, інвестиційних фондів, страхових компаній та пенсійних фондів, банківські позики, венчурне фінансування, а також кошти фізичних осіб і громадських організацій.

Безумовно, що бюджетне (кошторисне) фінансування збереже свої позиції у вітчизняній практиці функціонування науково-дослідних установ і організацій, але основні засади його здійснення вимагають вдосконалення та розвитку. Враховуючи світовий досвід фінансування наукової сфери зазначимо, що модель конкурсного фінансування є значно ефективнішою, оскільки кошти отримати на умовах відкритого конкурсу мають можливість лише ті учасники, які запропонують найбільш ефективніший, найменш витратний проект і до того ж привабливий часовому вимірі для надавача грантового інвестування. Крім того, до учасників таких відкритих конкурсів ставляться ще певні вимоги щодо його ділової репутації, фінансового стану, досвіду та результативності роботи в сфері наукових розробок.



За способом здійснення виділяють такі види фінансування інновацій [4]:

- бюджетне фінансування, суть якого полягає у виділенні грошових ресурсів на інноваційний розвиток на безповоротній основі з державного бюджету й позабюджетних фондів;
- кредитування, яка полягає в наданні позик на здійснення інновацій з боку банків та інших фінансових установ;
- інвестування, що передбачає використання фінансових ресурсів інвесторів в перспективних наукових дослідженнях й інноваційних проектах;
- самофінансування, що полягає в проведенні наукових досліджень та запровадженні в практичну діяльність інноваційних розробок за рахунок власних коштів (прибутку та амортизаційних відрахувань).

Найважливішим джерелом, що забезпечує вирішення великомасштабних інноваційних проблем, є кошти державного бюджету, за рахунок яких виконуються цільові комплексні програми, фінансується діяльність інноваційних проектів. Для забезпечення фінансування загальногалузевих, міжгалузевих і регіональних інноваційних проектів, а також заходів щодо освоєння нових видів промислової продукції передбачено створення позабюджетних фондів фінансування і підтримки інновацій в міністерствах, регіонах, а також у рамках концернів і холдингів.

Як свідчать наведені у табл. 1 дані, однієї з найхарактерніших рис у фінансуванні інноваційної діяльності в Україні є суттєве переважання власних коштів промислових підприємств: 80-97%.

Таблиця 1

Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств України у 2015-2020рр. [2]

Роки	Витрати на інновації, млн. грн.	Джерела фінансування, у т. ч. за рахунок							
		власних коштів		коштів державного бюджету		коштів іноземних інвесторів		інших джерел коштів	
		обсяг, млн. грн.	частка до витрат, %	обсяг, млн. грн.	частка до витрат, %	обсяг, млн. грн.	частка до витрат, %	обсяг, млн. грн.	частка до витрат, %
2015	13813,7	13427,0	97,2	55,1	0,4	58,6	0,4	273,0	2,0
2016	23229,5	22036,0	94,9	179,0	0,8	23,4	0,1	991,1	4,3
2017	9117,5	7704,1	84,5	227,3	2,5	107,8	1,2	1078,3	11,8
2018	12180,1	10742,0	88,2	639,1	5,2	107,0	0,9	692,0	5,7
2019	14220,9	12474,9	87,7	556,5	3,9	42,5	0,3	1147,0	8,1
2020	14406,7	12297,7	85,4	279,5	1,9	125,3	0,9	1704,2	11,8

Спрямовувати значні обсяги власних коштів на розвиток і в тому числі на інноваційну діяльність можуть собі дозволити не всі промислові підприємства, що обумовлено невеликою часткою інноваційно активних у їх загальній кількості; малою також є частка коштів державного бюджету та іноземних інвестицій – в межах 5%. Частка коштів інвесторів нерезидентів є також незначною - до 1% і становить на кінець 2020р. лише 0,9%. За рахунок інших



джерел коштів промислові підприємства здатні профінансувати 11,8% своїх витрат на інновації, що в 1,5 рази більше, аніж у 2019р. Починаючи з 2016р. різко зменшилася участь іноземних інвесторів у фінансуванні інноваційної діяльності – майже на 88% порівняно з 2012р., що є свідченням погіршення інвестиційного клімату в нашій державі. Участь держави у фінансуванні інновацій є дуже незначною – в межах 1-2%. Відтак, основний тягар щодо фінансового забезпечення впровадження інноваційних досягнень лягає на плечі самих підприємств.

Особливої ваги у фінансовому забезпеченні роботи сучасного інноваційного підприємства набуває банківський кредит, який на відміну від бюджетного фінансування дає змогу підвищити ефективність інноваційних заходів і в цілому ряді випадків може виявитися більш прийнятним і зручним методом мобілізації коштів на тривалі терміни, ніж випуск корпоративних акцій або розміщення облігаційних позик. Але банки зорієнтовані на мінімальний кредитний ризик, що не завжди може підприємство гарантувати.

Відтак вкрай важливим на сьогодні є створення системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності, яка відповідатиме сучасним вимогам ринкової економіки та забезпечить фінансову підтримку інноваційної діяльності, достатньої для досягнення результатів світового рівня, що має базуватись на наступних принципах [2, с.459]:

- диверсифікація джерел і механізмів фінансування в залежності від етапів інноваційного процесу;
- використання переважно конкурсних (конкурентних) механізмів інвестування в інноваційну діяльність;
- раціональне використання прямих і опосередкованих способів фінансування наукової та інноваційної діяльності;
- орієнтація державних інвестицій в науку та інновації на стимулювання притоку в ці сфери недержавних коштів, особливо заощаджень громадян.

Підсумовуючи вищевикладене відзначимо, що задля формування економічно сприятливих стимулів для ефективного здійснення інноваційної діяльності держава може використовувати фінансово-кредитні і податкові важелі, а саме: 1) створення інноваційних фондів, систем страхування науково-технічної діяльності; 2) пільгове оподаткування і кредитування. Фінансування інноваційної діяльності підприємств у довгостроковій перспективі має відповідати стратегії соціально-економічного розвитку країни та забезпечувати її реалізацію. Вбачається за доцільне визначення пріоритетних напрямів використання бюджетних коштів встановлення для цього відповідних вагових коефіцієнтів, запровадження механізму відбору бюджетних програм, порядку використання коштів для фінансування таких програм.

Список використаних джерел:

1. Бюджетна система : підруч. / за ред. С. І. Юрія, В. Г. Дем'янишина, О. П. Кириленко. Тернопіль : ТНЕУ, 2013. 624 с.

2. Джерела фінансування інноваційної діяльності промислових підприємств.

URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>





Товажнянська О.І.,
Черепанова В.О., к.е.н., доцент,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВУ СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Найважливішим показником (елементом) стабільного функціонування підприємства та його конкурентоспроможності [1], як відомо, є його фінансова стійкість. Звідси об'єктивно виникає проблема, як мінімум, виявлення та систематизації факторів, що впливають на зазначений вище показник, а саме – фінансову стійкість підприємства. Звичайно, цілком можливо розрахувати загальновідомі показники фінансової стійкості (коефіцієнт незалежності, коефіцієнт інвестування, коефіцієнт співвідношення власних та залучених коштів, коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів та ряд інших) [3]. Проте, на думку автора, такий аналіз буде недостатньо повним, якщо не враховувати впливу на діяльність підприємства цілої сукупності факторів, що мають не лише фінансовий, а й інший характер. Здавалося б, що на фінансову стійкість підприємства вирішальний вплив мають фактори суто фінансової природи, перелічені автором вище, проте, на нашу думку, такий підхід буде недостатньо повним і адекватним сучасним умовам господарювання. З позицій комплексного підходу до визначення системи факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства, автор пропонує подану нижче класифікацію зазначених факторів. Так, з погляду просторового розвитку (або територіального оточення) підприємства, слід виділити групу внутрішніх та зовнішніх факторів (або фактори внутрішнього та зовнішнього середовища). З тимчасової точки зору автор виділяє короткострокові, середньострокові та довгострокові фактори. Загальновідомо, що ніхто не скасовував і не відкидав роль адміністративно-управлінського персоналу у забезпеченні відповідних показників виробничої (фінансово-економічної) діяльності підприємства – звідси впливає ціла група управлінських факторів, що включають такі елементи як, наприклад, рівень компетентності та кваліфікації персоналу. Відразу зазначимо, що перераховані фактори, як зазначалося вище, виявляються у взаємодії, взаємопроникненні, тобто зазначені рівні компетентності та кваліфікації входять до групи внутрішніх факторів. При цьому рівень компетентності та кваліфікації вищих керівників та вищого управлінського персоналу (наприклад, вищої організації або відповідного міністерства) є факторами зовнішніми. Слід зазначити, що різні фактори можуть впливати на фінансову стійкість підприємства більшою чи меншою мірою. Відповідно, автор пропонує виділити групу прямих (що впливають на фінансову стійкість більшою мірою) та непрямих (що впливають на фінансову стійкість меншою мірою) факторів. Так, наприклад, стан майна підприємства та його фінансових ресурсів можна віднести до прямих факторів, а склад та структуру своєї продукції – до непрямих. Відразу зазначимо, що дана думка



автора може не співпадати з позицією того чи іншого читача, проте розподіл факторів на прямі та непрямі є цілком обґрунтованим. До цієї ж групи факторів (прямі та непрямі) цілком припустимо віднести такі елементи як галузева приналежність підприємства, структура продукції, що використовується, технологія, організація виробництва, структура управління виробництвом та інші подібні фактори. До речі, щойно перелічені фактори, що впливають на фінансову стійкість, одночасно відносяться до внутрішніх (наприклад – організація виробництва) та зовнішніх (наприклад – галузева приналежність), що в черговий раз підкреслює зазначену вище здатність їх (факторів) взаємодії та взаємопроникнення. На стан фінансової стійкості підприємства, безсумнівно, впливає група факторів, які можна позначити як статичні та динамічні (за аналогією з розміром та складом постійних та змінних витрат).

З огляду на вищевикладене, чинники фінансової стійкості підприємства можна класифікувати за низкою основних ознак у взаємозв'язку, взаємопроникненні та взаємоперетинанні, що представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори фінансової стійкості підприємства

Фактори фінансової стійкості підприємства		
Некеровані фактори	Керовані фактори	
Група факторів, які відтворюють незалежний від підприємства характер його фінансової стійкості	Природно-кліматичні	Група факторів, які відтворюють незалежний від підприємства характер його фінансової стійкості
	Соціально-економічні	
	Рівень загальноекономічного розвитку країни	
	Кон'юнктура ринків: збуту, сировини, капіталу	
	Державна податкова політика; специфіка галузі підприємства	
	Коливання курсів валют	
	Ступінь державного регулювання діяльності підприємства, її характер	
	Нормативно-правові	
	Статичні і динамічні	
	Загальні та специфічні	
	Екологічні	
	Міжнародні	
	Демографічні	
	Ресурсні	
	Форс-мажорні	
Довгострокові		
Асиметричність інформації	Виробничо-економічні	
	Постійні та змінні	
	Забезпеченість запасів і витрат джерелами їх формування	
	Формування нарахувань та їх виплати	
	Показники фінансового, управлінського обліку підприємства	
	Розмір підприємства	
	Політика ціноутворення	
	Структура активів; структура витрат	
	Прямі та непрямі	
	Зовнішні та внутрішні	
	Об'єктивні та суб'єктивні	
	Інтелектуальні	
	Технологічні	
	Інноваційні	
	Кадрові	
	Інтенсивні та екстенсивні	
	Основні та другорядні	
	обсяг реалізації, темпи його зростання	

Комплексним фактором, що визначає фінансовий стан компанії, а також



впливає на показники фінансової стійкості, виступає чутливістю до внутрішніх ризиків. Так, основними внутрішніми ризиками є: виробничі, комерційні та фінансові. Для сталого розвитку компанія повинна мати допустимий рівень зазначеного ризику, що характеризується загрозою втрати прибутку або його частини. Слід зазначити, що зовнішні та внутрішні фактори взаємопов'язані, деякі з них можуть бути як внутрішніми, так і зовнішніми одночасно.

Подальше вивчення та класифікація представлених груп факторів дозволить, на наш погляд, сформуванню методичну основу для більш глибокого аналізу, оцінки та управління фінансовою стійкістю підприємства. його стабільного функціонування, розвитку та підвищення конкурентоспроможності. Звідси випливає об'єктивна необхідність обліку і можливість, хоча б часткового, управління всім комплексом розглянутих факторів, що впливають на фінансову стійкість підприємства.

Отже, можна дійти невтішного висновку у тому, що фінансова стійкість — категорія, яка піддається впливу безлічі чинників, як загальноекономічних, і специфічних кожної конкретної галузі і під час аналізу та прогнозуванні фінансової стійкості організації необхідно оцінювати взаємозалежність ключових показників стійкості і діючих чинників.

Підприємства, які хочуть витримати жорстку конкуренцію, повинні враховувати всі фактори внутрішнього та зовнішнього середовища, аналізувати їх вплив та зміни при розробці стратегії розвитку компанії та при аналізі фінансово-господарської діяльності свого підприємства. Керівному складу необхідно вміти вимірювати, передбачати та оцінювати вплив різних факторів навколишнього середовища для успішного ведення бізнесу.

Список використаних джерел:

1. Анисимов А.Л. Факторы, влияющие на финансовую устойчивость предприятия: комплексный подход / *Менеджмент и предпринимательство в парадигме устойчивого развития*. Екатеринбург: УГЭУ, 2020. 277 с.
2. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник НТУ "ХПИ"* : сб. науч. тр. Харьков: НТУ "ХПИ", 2009. №36-1. С. 12-22.
3. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149.
4. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38. doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03
5. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)





ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ТОВАРНОЇ СТРУКТУРИ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ ТА ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Фінансові аспекти зовнішньоекономічної діяльності України та її окремих регіонів можна виміряти за допомогою низки показників, зокрема зовнішньої торгівлі товарами та послугами, а також інвестицій зовнішньоекономічної діяльності. У межах цього дослідження проведемо порівняльний аналіз товарної структури зовнішньої торгівлі України та однієї із прикордонних областей – Волинської на основі рейтингування показників експорту й імпорту.

Спочатку побудуємо табл. 1, у якій відобразимо товарну структуру зовнішньої торгівлі України у 2020 р.

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі України у 2020 р.¹

Код і назва товарів згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності	Експорт		Імпорт		Рей-тнг 1 (екс-порт)	Рей-тнг 2 (ім-порт)
	тис. дол. США	у % до заг. обсягу	тис. дол. США	у % до заг. обсягу		
I. Живі тварини; продукти твар. походж.	1 188 164,7	2,4	1 258 069,2	2,3	9	12
II. Продукти рослинного походження	11 883 238,0	24,2	1 989 254,2	3,7	1	9
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	5 746 921,7	11,7	280 378,5	0,5	3	17
IV. Готові харчові продукти	3 361 028,2	6,8	2 970 635,4	5,5	6	7
V. Мінеральні продукти	5 331 642,8	10,8	8 633 264,9	15,9	4	2
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	2 020 105,1	4,1	7 333 672,6	13,5	7	3
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	682 674,9	1,4	3 403 842,7	6,3	13	5
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичинена	134 656,7	0,3	242 977,1	0,4	18	18
IX. Деревина і вироби з деревини	1 411 557,3	2,9	315 573,4	0,6	8	16
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	403 041,5	0,8	1 099 053,3	2,0	15	13
XI. Текстиль. матеріали та текстиль. вироби	778 247,7	1,6	2 291 123,0	4,2	11	8
XII. Взуття, головні убори, парасольки	165 474,4	0,3	435 971,0	0,8	16	15
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	443 248,6	0,9	741 514,7	1,4	14	14
XIV. Перли природні або	114 389,0	0,2	162 584,7	0,3	19	19





Код і назва товарів згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності	Експорт		Імпорт		Рей-тнг 1 (екс-порт)	Рей-тнг 2 (ім-порт)
	тис. дол. США	у % до заг. обсягу	тис. дол. США	у % до заг. обсягу		
культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння						
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	9 029 989,2	18,4	3 129 317,4	5,8	2	6
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	4 486 636,6	9,1	11 552 754,1	21,3	5	1
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	756 556,0	1,5	5 743 132,9	10,6	12	4
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	162 611,6	0,3	1 272 711,6	2,3	17	10
XX. Різні промислові товари	1 000 840,1	2,0	1 263 633,1	2,3	10	11
XXI. Твори мистецтва	558,0	0,0	3 997,7	0,0	20	20
Усього	49 191 824,5	100,0	54 336 136,7	100,0		

¹ В окремих випадках сума складових може не дорівнювати підсумку у зв'язку з округленням даних.

Джерело: сформовано автором на основі [1].

Як бачимо, максимальні суми надходжень у 2020 р. спостерігалися від експорту з України таких товарів як продукти рослинного походження (11,9 млрд дол. США; 24,2 % у заг. сумі), недорогоцінні метали та вироби з них (9,0 млрд дол. США; 18,4 %), жири та олії тваринного або рослинного походження (5,7 млрд дол. США; 11,7 %); мінімальні – від експорту таких товарів як шкури необроблені, шкіра вичинена (134,7 млн дол. США; 0,3 %), перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння (114,4 млн дол. США; 0,2 %), твори мистецтва (0,6 млн дол. США; 0,0 %).

Найбільші суми відтоку коштів в аналізованому періоді були від імпорту в Україну таких товарів як машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (11,6 млрд дол. США; 21,3 % у заг. сумі), мінеральні продукти (8,6 млрд дол. США; 15,9 %), продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (7,3 млрд дол. США; 13,5 %); найменші – від імпорту таких товарів як шкури необроблені, шкіра вичинена (243,0 млн дол. США; 0,4 %), перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння (162,6 млн дол. США; 0,3 %), твори мистецтва (4,0 млн дол. США; 0,0 %).

Далі побудуємо табл. 2, у якій відобразимо товарну структуру зовнішньої торгівлі Волинської області у 2020 р.

Своєю чергою, у Волинській області максимальні та мінімальні суми надходжень в 2020 р. спостерігалися від експорту таких товарів як:

– машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (261,1 млн дол. США; 40,6 % у загальній сумі експорту),





- деревина і вироби з деревини (128,5 млн дол. США; 20,0 %),
- продукти рослинного походження (69,9 млн дол. США; 10,9 %);
- шкури необроблені, шкіра вичинена (726,8 тис. дол. США; 0,1 %),
- мінеральні продукти (574,5 тис. дол. США; 0,1 %),
- прилади та апарати оптичні, фотографічні (185,4 тис. дол. США; 0,0 %).

Таблиця 2

Товарна структура зовнішньої торгівлі Волинської області у 2020 р.¹

Код і назва товарів згідно з Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності	Експорт		Імпорт		Рейтинг 1 (експорт)	Рейтинг 2 (імпорт)
	тис. дол. США	у % до заг. обсягу	тис. дол. США	у % до заг. обсягу		
I. Живі тварини; продукти твар. походж.	19 987,4	3,1	54 199,3	4,1	6	5
II. Продукти рослинного походження	69 878,3	10,9	9 199,0	0,7	3	13
III. Жири та олії твар. або росл. походження	11 632,6	1,8	798,1	0,1	11	18
IV. Готові харчові продукти	18 322,6	2,8	13 596,0	1,0	7	12
V. Мінеральні продукти	574,5	0,1	312 536,0	23,8	17	2
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	1 778,4	0,3	29 713,0	2,3	13	8
VII. Полім. матеріали, пластмаси та вироби з них	17 409,0	2,7	109 337,8	8,3	9	4
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичинена	726,8	0,1	1 109,0	0,1	16	17
IX. Деревина і вироби з деревини	128 526,7	20,0	33 741,8	2,6	2	7
X. Маса з деревини або інших волокн. цел. м-лів	14 565,9	2,3	19 328,3	1,5	10	10
XI. Текстиль. матеріали та текстиль. вироби	17 924,6	2,8	27 752,0	2,1	8	9
XII. Взуття, головні убори, парасольки	886,3	0,1	1 494,1	0,1	15	16
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	1 378,2	0,2	8 228,7	0,6	14	14
XIV. Перли природ. або культивовані...	к	к	4,2	0,0	–	19
XV. Недорогоц. метали та вироби з них	21 442,1	3,3	51 233,7	3,9	5	6
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	261 061,9	40,6	203 008,5	15,4	1	3
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	8 035,9	1,2	417 975,2	31,8	12	1
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	185,4	0,0	2 823,0	0,2	18	15
XX. Різні промислові товари	48 582,3	7,6	16 812,2	1,3	4	11
XXI. Твори мистецтва	к	к	–	–	–	–
Усього	642 901,2	100,0	1 315 700,7¹	100,0		

¹ З урахуванням поставок до області газу природного.

к – дані не оприлюднюються з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації.

Джерело: сформовано автором на основі [2].

Зауважимо, що дані щодо експорту таких двох груп товарів як перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння, а також твори мистецтва не були оприлюднені з метою забезпечення виконання вимог Закону України «Про державну статистику» щодо конфіденційності статистичної інформації. Однак віднявши від рядка «Усього» суми експорту інших груп товарів, отримуємо для згаданих вище двох груп товарів дуже мале сумарне значення 2,3 тис. дол. США.

Найбільші та найменші суми відтоку коштів в аналізованому періоді були від імпорту у Волинську область таких товарів як:

- засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби (418,0 млн дол. США; 31,8 % у загальній сумі імпорту),
- мінеральні продукти (312,5 млн дол. США; 23,8 %),
- машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання (203,0 млн дол. США; 15,4 %);
- шкури необроблені, шкіра вичинена (1,1 млн дол. США; 0,1 %),
- жири та олії тваринного або рослинного походження (0,8 млн дол. США; 0,1 %),
- перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння (4,2 тис. дол. США; 0,0 %).

Твори мистецтва у цей період до регіону не імпортувались.

Отже, спільним щодо експорту товарів для України та Волинської області є те, що до лідерів потрапили продукти рослинного походження, а до аутсайдерів – шкури необроблені, шкіра вичинена; перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння; твори мистецтва.

Щодо імпорту в країну та регіон, то тут теж є схожість: лідерами визначено машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання; мінеральні продукти; аутсайдерами – шкури необроблені, шкіра вичинена; перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння; твори мистецтва.

Список використаних джерел:

1. Товарна структура зовнішньої торгівлі України. *Державна служба статистики України*: вебсайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.02.2022).

2. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2020 році. *Головне управління статистики у Волинській області*: вебсайт. URL: <http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 08.02.2022).





Трегубенко В.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Науковий керівник – **Дранус В.В.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Чорноморський національний університет ім. П. Могили

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ РЕГУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ У СФЕРІ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ

Однією з найважливіших соціально-економічних проблем сучасного світу є низький рівень зайнятості. Особливо це актуально наразі, адже криза 2020, спричинена пандемією Covid-19, негативно вплинула на ринок праці України. Рівень зайнятості у 2020 році порівняно з 2019 роком зменшився з 67,9 % до 65,5 %, тобто на 2,4 відсоткові пункти [1]. Тому необхідні ефективні державні методи регулювання, щоб покращити ситуацію.

Існує багато шляхів вирішення цієї проблеми, проте пріоритетним та найбільш дієвим є стимулювання розвитку підприємництва, а саме: забезпечення створення прекрасних умов праці та детінізація відносин у сфері зайнятості населення. Оскільки зараз досить велика частина населення працює нелегально, неофіційно, то через це рівень зайнятості значно нижчий, ніж міг би бути. Це один з мінусів сучасної методики розрахунку, адже вона не бере до уваги такі випадки. Не менш важливим є створення та використання ефективної державної політики у сфері трудової міграції, яка допоможе повернути багатьох трудових емігрантів та створити гідні умови праці в Україні [3].

Це все допоможе не лише покращити становище на ринку праці України, підвищити рівень зайнятості, а й створить великі можливості для розвитку підприємств, організацій, у майбутньому.

Дану думку підтримують багато вчених, а саме , В. Б. Гітис [4], О. А. Дороніна [2], В. О. Ковач [3], М. А. Наумова [2], які мають багато напрацювань про проблеми розвитку соціально-трудова відносин, а також дослідження зайнятості населення, регулювання економічної активності населення.

Але залишилося недопрацьованим забезпечення розвитку інклюзивного ринку праці та сприяння зайнятості молоді. Цей напрям може комплексно вирішити проблеми зайнятості та безробіття на ринку праці як національному, так і регіональним, допоможе збільшити кількість працездатного зайнятого населення завдяки молоді, яку треба мотивувати.

Отже, зараз в Україні існує досить серйозна проблема зайнятості населення. Особливо ситуація погіршилася в 2020 році через пандемію Covid-19 Однак існують дієві інструменти, методи, за допомогою яких можна не лише підвищити рівень зайнятості, а й покращити весь ринок праці України для подальшого розвитку. Пріоритетним є забезпечення створення прекрасних умов праці та детінізація частини ринку, створення ефективної державної політики у сфері трудової міграції та сприяння зайнятості молоді. Дуже важливо дбати про майбутні покоління, про молодь, щоб вона не виїжджала за кордон, а працювала у своїй країні та приносила їй користь.



Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua>
2. Дороніна О. А., Наумова М. А. Економічна активність та рівень життя населення в системі індикаторів стану соціально-трудоких відносин. *Ефективна економіка*. №2. 2020. URL: www.economy.nayka.com.ua
3. Ковач В. О. Основні напрямки регулювання державної політики у сфері зайнятості населення. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. №4 2020. URL: www.dy.nayka.com.ua
4. Гігіс В. Б. Дослідження можливості підвищення рівня зайнятості в Україні за результатами аналізу проблем безробіття. *Економічний вісник Донбасу*. № 3(61). 2020. С. 198-204.





Третяк А.В., здобувач вищої освіти
ОС бакалавр ОП «Фінанси, банківська справа та страхування»
Науковий керівник - **Байрачна А. С.**,
асистентка кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ ЛНУ Імені Тараса Шевченка

СТРАХОВИЙ РИНОК УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ

На сьогодні страховий ринок є одним з найголовніших підрозділів економіки. Він виступає системою правових та економічних відносин між продавцями та покупцями, результатом чого є розподіл та перерозподіл коштів. Одним з центральних елементів фінансової системи кожної держави є ринок страхових послуг. Розглядаючи складні умови в країні особливим є забезпечення захисту всіх учасників господарської діяльності від можливих загроз. Досить широко застосовують страхування як спосіб Для уникнути ризиків широко застосовують страхування як спосіб відшкодування збитків, завданих стихійними лихами, катастрофами, захист інтересів осіб за настання неочікуваних подій. Вивченню діяльності страхового ринку приділило уваги чимало вчених, серед яких О. І. Мельник, О.Д. Заруба, А.М. Єрмошенко, В.Д. Базилевич, М. С. Жулім, С.С. Осадець та інші. Актуальність проблеми в тому що, через страхування можна покращувати активність підприємців. Також створення ефективною системи страхового захисту громадян від негативного впливу ризиків у різних сферах життя є важливою умовою соціально-економічного розвитку України. Страхування може бути фінансовим регулятором на мікро- і макрорівнях. Метою роботи є аналіз стану розвитку ринку страхових послуг, вивчення негативних чинників, які сповільнюють його розвиток, а також створення напрямків розвинення страхового ринку України. Зараз ефективно функціонування ринку страхування гальмує нестабільна ситуація в державі, достатньо низький рівень страхової культури та відсутня стратегія щодо розвитку ринку. Страховий ринок знаходиться під дією зовнішніх і внутрішніх ризиків[1].

Основними є:

- глобальні ризики, викликані циклічним характером розвитку фінансів та економічною неможливістю прогнозувати час та масштаб наступної кризи;
- фінансові ризики мають незадовільний фінансовий стан більшості страховиків, низький рівень якості активів;
- комерційні ризики, до яких належить посилення цінової конкуренції та загроза банкрутства страховиків, зростання невиконаних обов'язків між страховиками;
- макро- та мікроекономічні ризики, які пов'язані зі збереженням тенденцій до зниження темпів зростання національної економіки, рівня інвестиційної активності, високого рівня інфляції, низького рівня життя населення України, низького рівня розвитку внутрішньої інфраструктури [1];

Нинішній етап розвитку страхових відносин в Україні характеризується зростанням кількості страхових компаній, збільшенням суперництва. Взагалі



стан страхового ринку говорить про значний його потенціал і можливості подальшого зростання, а саме:

- ✓ зростання прибутку;
- ✓ збільшення прибутковості страхових компаній;
- ✓ великий вибір можливих споживачів страхових послуг;
- ✓ бажання Україні увійти в європейський простір [2].

Страховий ринок України зростає і за розміром і за складністю, але все одно, він все ще має проблеми, які потрібно якнайшвидше вирішити. Для того, щоб страховий ринок України в майбутньому ефективно розвивався та працював стабільно існує контроль заходів. Він підвищує рівень страхової культури та її надійність. Також потрібно:

1. Залучати капітал не тільки з європейських країн для якомога більшої привабливості.
2. Розвивати медичне страхування.
3. Підвищити конкурентоспроможність національного страхового ринку. [3]

Список використаних джерел:

1. Абакуменко О.В. Моделювання рівня конкуренції на фінансовому ринку України. *Бізнесінформ*. 2013. № 5. С. 302–310. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2013-5_0-pages-302_310.pdf (дата звернення 16.12.2021).

2. Базилевич В.Д. Новітні тенденції та протиріччя на страховому ринку України. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2012. Вип. 133. С. 5- 8. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=VKNU_Ekon_2012_133_3 (дата звернення 16.12.2021).

3. Кулина Г., Фаріон Я. Світовий ринок страхових послуг в умовах зміни парадигми глобального економічного розвитку. *Світ фінансів*. 2017. № 3(52). С. 48-59. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/28923> (дата звернення 16.12.2021).





Турик Б.В., Попрієнко В.А., здобувачі вищої освіти
ОПП Фінанси, банківська справа та страхування
Науковий керівник – **Барабаш Л.В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ПОДАТКОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ

Податкове регулювання є основним структурним елементом розвитку держави. Завдяки йому не лише здійснюється узгодження інтересів держави і платників податків, а й передусім досягають кінцеві цілі держави – стале зростання економіки на підґрунті функціонування виваженої податкової системи, зростання економіки та підвищення рівня її економіки, покращення якості життя населення, розвиток підприємництва й піднесення ділової активності господарюючих суб'єктів.

Однак суттєвою перешкодою на шляху до досягнення зазначених цілей виступає суперечливість методів у досягненні мети кожного з учасників податкових відносин – держави, підприємницьких структур, населення. Збільшення акумуляції коштів до державної скарбниці неможливе без певного податкового тягаря, що покладається на платників податків – фізичних і юридичних осіб. А останні, в свою чергу, намагаються уникнути оподаткування та скоротити обсяги сплачуваних податків.

Подібна ситуація прослідковується в умовах, коли податкова система організована без урахування особливостей економічного середовища держави. І в цьому випадку варто більш активно використовувати способи і методи податкового регулювання.

Податкове регулювання є складовою податкового механізму й інструментом реалізації податкової політики держави. І, як її інструмент, податкове регулювання покликане збалансувати інтереси держави та платників податків заради досягнення єдиної спільної мети – економічного розвитку країни. Особливої ваги дане явище набуває в умовах перехідного типу: становлення суб'єктів економічної діяльності неможливе без впровадження новітніх інноваційних технологій, передумовою чого виступає залучення інвестиційних ресурсів, а також до посилення ролі держави в плані розвитку таких суб'єктів господарювання [1, с. 105].

Податкове регулювання впливає на процеси на різних рівнях соціально-економічної системи. За допомогою податкового регулювання реалізується регулююча функція податків і стимулююча функція податкової політики. Відтак використання інструментів податкового регулювання на мікро-, макро- та мезорівнях дає можливість державі провадити в державі стимулювання повного циклу, що дає можливість досягти найбільшого очікуваного ефекту.

Загалом податкове регулювання, як монопольне право держави, покликане збільшити обсяги податкових надходжень до бюджетів різних рівнів. А в його основі лежить ключова як для податків, так і для податкової політики регулююча функція. Однак при цьому вектор податкової політики має



враховувати умови середовища, що сформувалося наразі та спонукати до переходу в іншу, досконалішу площину функціонування [2, с. 9].

Саме так, як «комплекс дій державних органів, спрямованих на зміну параметрів податкової системи та податкового механізму з метою досягнення певних соціальних та економічних цілей» трактує податкове регулювання Р. Жарко [3].

Податкове регулювання це «...комплекс практичних дій щодо розробки загальної структури доходної частини бюджетів різних рівнів і здійснюється з метою досягнення оптимальної системи оподаткування в державі», – вважають Я. Литвиненко, І. Якушик [4, с. 145].

Таким чином, можна вважати, що податкове регулювання є комплексною системою дій держави у сфері оподаткування на тривалу перспективу, що має на меті узгодження інтересів платників податків і держави та спрямовується на досягнення економічної стабільності і сталий розвиток.

Зважене податкове регулювання є свідченням належного рівня економічного розвитку держави. Однак у період криз і перебудови економічної системи доведена ефективність стимулювання підприємницького розвитку з одночасним врахуванням належної підтримки соціальних потреб населення. Саме за таким шляхом має йти вітчизняна податкова політика та механізм податкового регулювання.

Список використаних джерел:

1. Андрущенко В.Л., Мельник В.М. Податкові важелі та стимули розвитку господарських систем (теоретичні засади та практика використання). Ірпінь: Національний університет державної податкової служби України, 2006. 210 с.

2. Барабаш Л.В. Сутність та особливості реалізації механізму податкового регулювання. *Аспекти стабільного розвитку економіки в умовах ринкових відносин*: Матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції, 25–26 травня 2017 р. Умань: Видавець «Сочінський», 2017. С. 8–10.

3. Жарко Р. П. Теоретико-методичні засади удосконалення податкового регулювання підприємницької діяльності. Автореф. дис... канд. екон. наук. К., 2006. 24 с.

4. Литвиненко Я.В., Якушик І. Д. Податкове регулювання як складова податкового менеджменту. *Наукові записки. Серія «Економіка»*. Випуск 10. Фінансова система України. Частина 1. 2008. С. 141–147.





Тягнибедіна Я. Ю., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,
Науковий керівник – **Дранус В.В.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри фінансів і кредиту
Чорноморський національний університет ім. П. Могили

РОЛЬ КРЕДИТУ В РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Малий бізнес є найбільш поширеним і домінуючим в Україні за обсягами виробництва в провідних країнах. Він виконує важливу функцію для економіки будь - якої країни: створює робочі місця, тим самим збільшуючи рівень зайнятого населення в державі. В Україні малий та середній бізнес є основою економіки та займає 60% ВВП, забезпечуючи 7 млн робочих місць і створюючи 40% податкових надходжень [1]. Але проблемою зменшення кількості обсягів кредитування в Україні в 2020 році став спалах пандемії COVID-19. Статистичні дані [2] свідчать, що кількість кредитів для малого бізнесу в Україні суттєво знизилася, що призводить про призупинення або згортання підприємницької діяльності.

Існують різні шляхи розв'язання цієї проблеми. Одним із пріоритетних є пільгове кредитування малого та середнього бізнесу банками України, що дозволяє додатково знизити ставки кредитування.

Дану думку підтверджують вчені: В. В. Коваленко, Н. П. Погореленко, Р. О. Мірошник, У. О. Прокоп'єва, які мають велику кількість напрацювань. Саме встановлення додаткової зниженої ставки кредитування дозволить підприємцям краще розвивати свою бізнесову діяльність, буде додатково створювати нові робочі місця та буде стимулювати роботу малих підприємств. Затвердження системи пільгового кредитування буде підтримувати національного виробника та зростання української ринкової економіки загалом. Але залишилася недоопрацьованою проблема обмеженого кредитування малих підприємств, недостатня допомога з боку держави. Адже допомога малим підприємствам на державному рівні дозволить подолати складність процедури отримання кредитних коштів підприємствам та зменшить ризики банкрутства через несвоєчасну сплату по кредиту і це є дуже цінним для розвитку малого бізнесу.

Отже, з вищевказаного зробимо висновок, що роль кредиту в розвитку малого бізнесу визначається вирішенням проблем фінансування малого бізнесу на державному рівні, а саме це створення спеціалізованих фондів, зменшення ставки банківських кредитів, залучення комерційних банків до пільгових програм фінансування. Незважаючи на те, що рівень розвитку малих підприємств є нижчим, ніж в інших провідних країнах, українська економіка має всі необхідні можливості та перспективи для розвитку цієї сфери.

Список використаних джерел

1. Форум «Україна 30. Малий і середній бізнес та держава». URL: <https://www.zoda.gov.ua/news/54583/vseukrajinskiy-forum-ukrajina-30.-maliy-i-seredniy-biznes-ta-derzhava.html>



2. Статистика фінансового сектору. Національний банк України. URL: [https:// bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms](https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-financial/data-sector-financial#1ms)

3. Радова Н. В., Коваленко В. В. Банківський кредит у формуванні фінансово-інвестиційного механізму розвитку малого та середнього підприємництва в Україні // *Економіка та суспільство*. 2020. № 22. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2020-22-3>

4. Погореленко Н. П., Коваль В. О. Кредитування малого та середнього бізнесу: аналіз діючих умов та підходи до підвищення ефективності його державної підтримки // *Ринкова економіка: сучасна теорія і практика управління*. 2021. Том 21. Вип. 4 (47).



Халява М.В., здобувач вищої освіти
СВО молодший спеціаліст ОПП Право,
Науковий керівник – **Перун С.В.**, викладач юридичних дисциплін,
ВСП «Фаховий коледж управління, економіки і права ПДАУ»

ФІНАНСОВЕ ШАХРАЙСТВО ЯК ЗАГРОЗА ФІНАНСОВІЙ БЕЗПЕЦІ СУБ'ЄКТІВ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Ефективне функціонування суб'єктів підприємництва в умовах мінливого ринкового середовища є результатом вдалого поєднання низки чинників, одним із ключових серед яких є персонал. Адже саме працівники ділових одиниць часто здійснюють фінансові помилки та шахрайства, негативно впливаючи на рівень їх фінансової безпеки. Крім того, пандемія COVID-19 зумовила виникнення нового формату виконання службових обов'язків персоналом підприємств – дистанційно, що, своєю чергою, зумовлює виникнення нових загроз фінансовій безпеці через важкість здійснення контролю за посадовими зловживаннями. Крім того, фінансова криза, спричинена карантинними обмеженнями, погіршила фінансове становище багатьох працівників, що підвищує ризики виникнення фінансових злочинів зі сторони персоналу із деструктивними сутнісними характеристиками [1].

Різні аспекти фінансової безпеки як на рівні держави, так і на рівні ділових одиниць досліджували вітчизняні та зарубіжні науковці, зокрема О. Ареш'єва, О. Барановський, І. Бланк, З. Варналій, О. Власюк, О. Гривківська, А. Спіфанов, М. Єрмошенко, М. Камлик, О. Колодізев, М. Крупка, О. Підхонний, Б. Пшик та інші.

Водночас на сьогодні ще не достатньо вивченими залишаються механізми фінансових шахрайств, вчинених працівниками та їх вплив на фінансову безпеку суб'єктів підприємництва, що обґрунтовує актуальність дослідження сутності та особливостей поширення цього деструктивного явища в практиці суб'єктів господарювання в Україні.

На сьогодні серед науковців та практиків у сфері дослідження проблематики фінансового шахрайства ще не вироблено єдиного підходу до розуміння даного поняття, зокрема зустрічаються такі його тлумачення:

- шахрайство – це заволодіння чужим майном або придбання прав на майно обманом чи зловживанням довірою [2];

- фінансове шахрайство – це кримінологічне явище, що полягає у злочинній діяльності та виражене в системі кримінально-караних та легальних дій, які вчиняють обманом або зловживанням довірою в процесі формування, розподілу та використання грошових фондів з метою отримання матеріальної вигоди [3, с. 233].

Враховуючи те, що при здійсненні фінансового шахрайства зловмисники використовують множинність інструментів легального та протиправного характеру, що мають прихований характер, пропонуємо тлумачити фінансове шахрайство як гібридний фінансовий конфлікт між власниками підприємства та його найманими працівниками, пов'язаний із отриманням власної вигоди та



задоволенням особистих фінансових інтересів останніх всупереч інтересів компанії внаслідок зловживання наданою їм довірою.

До найпоширеніших видів фінансового шахрайства в діяльності суб'єктів підприємництва, на наш погляд, належать такі:

- шахрайство в сфері закупівель та продажів;
- фальсифікація фінансової звітності та первинних документів;
- несанкціоновані операції з матеріальними та нематеріальними активами;
- викрадення активів підприємства.

Мотивом до вчинення фінансових шахрайств зі сторони персоналу підприємства можуть бути як погіршення власного фінансового становища й термінова потреба в фінансових ресурсах, так і особистісні характеристики працівників. Можливості для вчинення економічних злочинів співробітниками підприємств з'являються при відсутності контролю за кожною із сфер фінансово-господарської діяльності та зростають в період кризових ситуацій, скажімо під час пандемії COVID-19 кількість шахрайств суттєво збільшилась в зв'язку із зміщенням уваги власників та топ-менеджменту із питань управління фінансовою безпекою на втримування своїх позицій на ринку.

Фінансові шахрайства працівників можуть завдати вагомих майнових втрат та діловій репутації ділових одиниць, що становить суттєву загрозу їх фінансовій безпеці. Тому необхідно здійснювати постійний моніторинг ранніх ознак фінансових зловживань, розробляти заходи із попередження та мінімізації їх рівня.

Список використаних джерел:

1. Звіт Асоціації сертифікованих експертів із шахрайства «Глобальне дослідження щодо професійного шахрайства та зловживань у 2020 р.». URL: <https://www.acfe.com/report-to-the-nations/2020> (дата звернення: 21.11.2021).
2. Кримінальний Кодекс України від 05.04.2001 № 2341-III. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14> (дата оновлення: 25.11.2021), (дата звернення: 05.12.21).
3. Чернишов Г. М. До питання про визначення фінансового шахрайства. Науковий вісник Ужгородського університету. 2014. Вип. 26. С. 230–234. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvuzhpr_2014_26_61 (дата звернення: 20.11.2021).



Цимбал Л. М.,

здобувач вищої освіти СВО магістр,

ОПП Фінанси, банківська справа та страхування,

Науковий керівник – **Внукова Н. М.**, д.е.н,

професор кафедри банківської справи і фінансових послуг,

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ЗНАЧЕННЯ ФІНАНСОВИХ РОЗСЛІДУВАНЬ ДЛЯ ПРОТИДІЇ ЛЕГАЛІЗАЦІЇ ДОХОДІВ, ОДЕРЖАНИХ ЗЛОЧИННИМ ШЛЯХОМ

Сучасні тенденції розвитку світової економіки, такі як інтеграція, глобалізація, фінансова інклюзія, зростання обсягів банківських та інших фінансово-кредитних послуг, швидкий розвиток інформаційних технологій, надають багато нових можливостей, але також і створюють нові загрози. Через зростання рівня корупції, шахрайства та ухилення від сплати податків та інших суспільно небезпечних явищ в Україні спостерігаються значні ризики відмивання коштів, одержаних злочинним шляхом.

У теперішній час в країні ефективність боротьби з відмиванням грошових коштів не знаходиться на достатньому рівні. Відповідно до даних Всесвітнього дослідження економічних злочинів та шахрайства за 2020 рік [0], в Україні від фінансових злочинів та шахрайства постраждали 51% компаній-респондентів проведеного опитування, в той час коли у світі цей показник становив 47%. Слід зазначити, що найбільш розповсюдженими видами фінансових злочинів та шахрайства в 2020 році були хабарництво та корупція й незаконне привласнення майна. Тому на порядку денному постають питання про створення в Україні дієвого механізму протидії злочинності та забезпечення конфіскації злочинних доходів, одним з головних інструментів якого є фінансові розслідування.

Основною метою скоєння економічних злочинів є отримання злочинних доходів. Тому головною цілю протидії здійснення даних злочинів є позбавлення злочинців доходів, одержаних незаконним шляхом. Для досягнення цієї мети проводяться фінансові розслідування. Проте суттєвою проблемою є те, що в Україні немає загальних інструкцій для правоохоронних органів щодо того, що маєтись на увазі під фінансовим розслідуванням, коли розпочинати фінансове розслідування, та якою має бути його мета. Необхідно здійснити адаптацію поняття «фінансових розслідувань» до національної правової доктрини для формування єдиного підходу в практичній діяльності правоохоронної системи. Здійснення фінансових розслідувань включає такі заходи, як: збір фінансової оперативної інформації та доказів для підтримки кримінальних розслідувань злочинів, які готуються, та вже вчинених злочинів; проведення розслідувань шахрайства і фінансових злочинів; проведення розслідувань відмивання коштів та тероризму; виявлення і повернення доходів, одержаних злочинним шляхом, та цивільній конфіскації. До органів, які мають повноваження щодо здійснення фінансових розслідувань в Україні належать Національна поліція, НАБУ, Орган, що здійснює контроль за додержанням



податкового законодавства, СБУ та ДБР. Ці органи відповідальні за розслідування (пов'язаних) предикатних злочинів та розслідування злочинів ВК/ФТ, пов'язаних з предикатними злочинами, що належать до їх компетенції. А також, СБУ є відповідальною за розслідування злочинів фінансування тероризму [0]. Спеціальним уповноваженим органом центральної виконавчої влади є Держфінмоніторинг України.

Фінансові розслідування є ефективним механізмом протидії злочинності, який має багато суттєвих переваг. Так, в результаті успішного проведення фінансового розслідування вигоди та прибутки, набуті за результатами протиправної діяльності, вилучаються у дохід держави та спрямовуються на суспільно-корисні цілі та спряють загальному економічному розвитку країни. Також, проведення фінансових розслідувань призводить до виявлення та відшкодування несплачених податків, штрафів, відшкодування збитків потерпілим та державі, встановлення додаткових доказів, свідків, співучасників, кінцевих бенефіціарних власників та притягнення до відповідальності організаторів. Фінансові розслідування можуть також надати інформацію щодо масштабу та особливостей діяльності організованої злочинної групи, її зв'язків, керівників злочинної організації вищої ланки, ієрархії злочинної організації. Результати проведеного фінансового розслідування використовуються слідчими в якості основи формування доказової бази та джерел визначення активів для покриття нанесених державі та іншим особам збитків. Тому фінансові розслідування повинні бути невід'ємною частиною загальної стратегії протидії злочинності в Україні. Проте слід зазначити, що існує небезпека проведення фінансових розслідувань для пошуку компромату, що порушує права людини [0].

Для проведення фінансового розслідування важливе значення має чітка взаємодія державних та правоохоронних органів, уповноважених на його проведення. Так, під час досудового розслідування доцільним є звернення до Дежфінмоніторингу, АРМА, ДПС України чи іншого органу щодо отримання допомоги у відстеженні руху коштів чи майна, проведення перевірки чи ревізії для формування відповідних матеріалів, котрі можуть стати вихідними даними для подальших слідчих чи негласних слідчих дій. Також, важливим є використання можливостей Держфінмоніторингу щодо зупинення проведення видаткових операцій на рахунках, що сприятиме арешту незаконно здобутих доходів та забезпечення спеціальної конфіскації [0]. Відповідно до інформації, яка надійшла у 2020 році до Держфінмоніторингу, у кримінальних провадженнях, розпочатих правоохоронними органами за результатами розгляду узагальнених матеріалів Держфінмоніторингу, загальна вартість арештованого та вилученого майна (коштів) становить 2,7 млрд гривень [0].

Висновок. Концепція фінансових розслідувань є відносно новою для України. Тому підвищення рівня умінь правоохоронних органів проводити фінансові розслідування і наявність доступу до фінансової і іншої інформації життєво важливе для ефективної боротьби з відмиванням грошей, злочинами,



що йому передують та захисту прав споживачів фінансових послуг.

Список використаних джерел:

1. Всесвітнє дослідження економічних злочинів та шахрайства 2020. URL: <https://www.pwc.com/ua/uk/survey/2020/gecs-ua-2020-ukr.pdf>
2. Посібник щодо деяких аспектів здійснення фінансових розслідувань (дослідження фінансових відносин). URL: [https://fiu.gov.ua/assets/userfiles/200/Typologies%20\(National%20Studies,%20Guidances%20etc\)/UKR_FINANCIAL%20INVESTIGATIONS%20MANUAL.pdf](https://fiu.gov.ua/assets/userfiles/200/Typologies%20(National%20Studies,%20Guidances%20etc)/UKR_FINANCIAL%20INVESTIGATIONS%20MANUAL.pdf)
3. Звіт Державної служби фінансового моніторингу України за 2020 рік. URL: <https://fiu.gov.ua/assets/userfiles/0350/zvity/PublicZvit2020.pdf>





ПРЯМЕ ТА НЕПРЯМЕ ОПОДАТКУВАННЯ: ПРОБЛЕМИ ТА НЕДОЛІКИ

Актуальність наукового дослідження полягає у тому, що пряме та непряме оподаткування є важливим засобом впливу на економіку, а його реформування дасть змогу підвищити ефективність національної економічної системи, сприяти збільшенню стабільних надходжень до бюджету країни, а також покращити умови для ведення бізнесу та залучення інвесторів.

Питаннями вдосконалення системи прямого та непрямого оподаткування займалися економісти-дослідники та вчені В. Л. Андрущенко, І. В. Барановська, О. Д. Данілов, Т. І. Єфименко, А. І. Крисоватий, В. М. Мельник, І. В. Педь та ін.

Актуальність зазначених проблем, їх практична значимість і недостатня наукова розробленість визначили головну мету - виділення переваг та недоліків в системі прямого і непрямого оподаткування, виявлення проблем податкової системи України, а також пошук шляхів їх вирішення.

Першочерговим завданням держави на сьогодні є максимальне спрощення структури податкової системи України для забезпечення стабільності податкових надходжень до бюджету.

В загальному, за формою оподаткування всі податки поділяються на дві групи, а саме прямі та непрямі. Прямі податки встановлюються безпосередньо до об'єкта оподаткування, а їх розмір залежить від його масштабу. Вони становлять основу податкової системи держави.

Нами було виділено переваги прямого оподаткування: дає можливість державі впливати на економічні процеси (інвестиційну активність, накопичення капіталу, сукупне споживання, ділову активність); встановлюють пряму залежності між доходами платника і його відрахуваннями в бюджет, тобто реалізується принцип справедливості; розподіляють податковий тягар так, що той, хто має високі доходи, платить до бюджету більше, ніж той, хто має більш низькі доходи.

Таким чином, прямі податки об'єктивно більшою мірою володіють стимулюючими можливостями щодо безпосередніх товаровиробників.

Слід показати також основні недоліки прямого оподаткування в державі [2]: потребують складного механізму бухгалтерського обліку об'єкта оподаткування і стягнення податків, є труднощі з визначенням того, що належить до доходів; включають застосування високого рівня контролю, розширення податкового апарату, оскільки мають місце приховування доходів і ухилення від оподаткування; пов'язані з можливістю ухилення від сплати податків через недосконалість фінансового контролю і наявність комерційної таємниці; потребує певного розвитку ринкових відносин, оскільки тільки в умовах реального ринку може сформуватися реальна ринкова ціна, а отже, і реальний прибуток.

Стосовно непрямих податків, то вони виступають надбавкою до ціни



товарів і сплачуються кінцевими споживачами цих товарів) у формі таких платежів, як ПДВ, акцизний податок та мито.

Аналізуючи існуючі теорії оподаткування доведено, що непрямі податки вважаються несправедливими (не враховують розмір доходів платників), хоча й мають певні переваги. За відносно простого механізму їх справляння вони забезпечують стабільні й суттєві доходи до бюджетів різних рівнів [1].

Розглянемо переваги і недоліки непрямого оподаткування.

Основними перевагами, на наш погляд, є: їх ефективність у фіскальному аспекті є більшою, оскільки вони оподатковують споживання, яке в свою чергу є більш стабільне ніж прибутки; від їх сплати важко ухилитись і досить легко контролювати; не мають впливу на процеси нагромадження, але вони регресивні в соціальному аспекті і здійснюють досить значний; впливають на загальні процеси ціноутворення; швидко і регулярно постійно надходять до бюджету, що дає змогу фінансувати видатки бюджету; охоплюють дуже широке коло товарів і послуг народного споживання, тому з високою ймовірністю надходять досить повно; забезпечують збільшення доходів держави при зростанні населення та його добробуту; визначають вирівнювання міжрегіонального розподілу доходів, балансують місцеві бюджети, так як споживання більш-менш рівномірне в територіальному аспекті; здійснюють стримуючий вплив на споживання товарів, шкідливих для здоров'я і моральності населення; справляють значний вплив на державу, який виражається у збільшенні обсягів виробництва продукції; відзначаються зручністю у тому, що вони характеризуються близькістю до місця внесення, не мають примусового характеру, не потребують накопичення певних коштів.

З недоліків є відсутність безпосередньої залежності від розміру доходів платників та регресивний характер.

На нашу думку, враховуючи досвід зарубіжних держав, можна запропонувати такі шляхи покращення системи оподаткування:

- запровадження у вітчизняну практику загальноприйнятих у міжнародній практиці методів обчислення та оптимізації податкових різниць відповідно до податку на прибуток підприємств;
- систематичне вдосконалення середовища оподаткування (необхідно створити середовище, сприятливе для активізації підприємницької діяльності, забезпечити рівність усіх платників перед діючою системою законодавства);
- поетапне зниження податкового навантаження на національну економіку з урахуванням збалансованості бюджетної системи;
- поступове спрощення податкової системи шляхом скорочення кількості податків та зборів. Податок на прибуток повинен мати інтегрований характер; підвищення фіскальної ефективності податку на прибуток за рахунок удосконалення системи адміністрування, оптимізації податкових пільг та розширення податкової бази за рахунок зменшення масштабів ухилення від оподаткування;
- постійне підвищення рівня відповідальності платників податків за



своєчасну і повну сплату належних до бюджету платежів, включаючи встановлення матеріальної та кримінальної відповідальності, з одночасним заохоченням і моральним стимулюванням до сплати податків;

- загальне вдосконалення порядку адміністрування прямих податків;
- на рівні держави формування податкової культури населення та платників податків.

Проведена нами оцінка прямих та непрямих податкових надходжень держави показала наявність певних недоліків, як в методиці їх розрахунку та застосування, так і в якісній їх характеристиці.

На наш погляд, для вирішення питань податкового регулювання доцільно насамперед провести реформування всієї податкової системи держави шляхом розробки та затвердження такої моделі, яка б враховувала інтереси не тільки держави, але й платників податків. В умовах трансформаційних перетворень та постійних змін у законодавчо-нормативній базі слід звернути увагу на процеси адаптації нових критеріїв до стягування податків та зборів через урегулювання процедур розрахунку та сплати податкових платежів, що, безумовно, пов'язані з побудовою стабільної та ефективної банківської системи України. Крім того, будь-які зміни повинні бути обов'язково узгоджені з прийнятою бюджетною та податковою політикою держави починаючи із законодавчого рівня.

Слід зауважити, що будь-які зміни потребують системного підходу, що забезпечить зважене використання податкових, бюджетних, соціальних, економічних, фінансових важелів із метою досягнення поставлених державою завдань щодо розвитку.

Реалізація запропонованих нами шляхів вдосконалення прямого та непрямого оподаткування сприятиме зростанню багатства на всіх зрізах суспільства, формуванню соціально-економічної моделі економічної системи, подоланню поділу економіки України на офіційну й тіньову.

Список використаних джерел:

1. Веремчук, Д. Проблеми і перспективи розвитку системи непрямого оподаткування в Україні. *Вісник Університету банківської справи НБУ*. 2013. Випуск № 3. С. 13-18.

2. Котіна Г. Податкові важелі впливу на економіку в сучасних умовах: вітчизняний та світовий досвід. *Економіст*. 2010. № 5 С. 31-35.

3. Сторожук О. В., Федун Л.М. Фіскальна ефективність податку на додану вартість в Україні. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2016. Випуск № 1. С. 206-223.

4. Офіційний веб-сайт Міністерства фінансів України. URL: <http://www.minfin.gov.ua/>. (дата звернення: 15.03.2022).

5. Офіційний сайт Державної казначейської служби України. URL: <http://www.treasury.gov.ua>.

6. Податковий кодекс України: Закон України зі змінами і доповненнями. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/>.





доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
**Вінницький навчально-науковий Інститут економіки
Західноукраїнського національного університету**

ВИБІР МОДЕЛІ ЗДІЙСНЕННЯ МОНЕТАРНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки висуває нові вимоги до економічної політики держави, які передбачають зміщення акцентів із зовнішньої орієнтації економіки на активізацію та стимулювання внутрішнього ринку через застосування податкових пільг, бюджетної політики, а також, що є особливо важливим, заходів монетарної політики.

Проблематика грошово-кредитної політики та її монетарних режимів ґрунтовно розкрита в працях таких зарубіжних науковців як Б. Бернанке, Т. Кларк, Ф. Мишкін, С. Сомнер, М. Фрідмен та ін. Однак їх теоретичні і прикладні обґрунтування, не повною мірою відповідають нашим умовам розвитку економіки. Вагомий внесок в своїх дослідженнях зробили вітчизняні науковці: О. Береславська, А. Гальчинський, Н. Гребеник, А. Гриценко, О. Дзюблюк, Т. Кричевська, В. Міщенко, А. Мороз та ін. [1-3]. Проте, незважаючи на вагомість наявних наукових напрацювань, проблематика застосування монетарної політики центральним банком нашої країни потребує подальшого дослідження у напрямі її удосконалення в контексті вимог сьогодення. Важливим питанням подальшого забезпечення не лише стабільності національної грошової одиниці, а й стимулювання економічного зростання є питання вибору відповідної моделі здійснення монетарної політики в Україні.

Зважаючи на суттєві відмінності в особливостях економічного, політичного та культурного життя кожної країни, виникає підстава для виділення декількох моделей за характером впливу монетарної політики на забезпечення поставлених цілей.

Перша модель - це модель «двох опор», при якій застосовуються такі інструменти монетарної політики, як монетарне та інфляційне таргетування шляхом реагування на відхилення в динаміці зростання грошової маси від оголошених цільових показників інфляції; а також зміна процентних ставок за операціями центрального банку. Така політика призводить до стимулювання сукупного попиту та економічного зростання, зниження безробіття. Крім того, відбувається позитивний вплив на фінансову систему через розвиток внутрішнього ринку та реального сектора, а також стримування інфляції та забезпечення фінансової стабілізації, пожвавлення або стримування темпів економічного зростання та фінансових можливостей держави. Таку модель використовують такі країни, як Австралія, Канада, Нова Зеландія, Бразилія, Чилі, Мексика, Швейцарія, Німеччина, Польща, Словенія та більшість країн ЄС.

Друга модель - це модель валютної стабілізації, при якій використовують вплив на економічну мотивацію і поведінку суб'єктів валютних відносин, на



управління золотовалютними резервами, а також вплив на організаційні заходи центральних банків із впровадження особливих валютних режимів та забезпечення сприятливих зовнішньоекономічних умов для відтворювальних процесів, формування ефективного механізму функціонування і розвитку внутрішнього валютного ринку, уникнення фінансових криз, забезпечення макроекономічної та фінансової стабільності в країні як основи зростання економіки. Таку модель використовують такі країни, як Японія, Гонконг, Аргентина, Панама, Еквадор, Індонезія, Норвегія та Казахстан.

Третя модель – це кредитно-фондова модель, при якій здійснюється купівля-продаж державних цінних паперів на відкритому ринку (операції репо), обмін цінними паперами, коротко- і довгострокове рефінансування з метою підтримки ліквідності банків та проводиться селективна монетарна політика. Результатами такої політики є реалізація функцій і завдань банківського сектору у фінансовій системі держави, підвищення ефективності регулювання грошової маси, мобілізації та розподілу фінансового ресурсу, забезпечення сталості банківської діяльності та грошового ринку, можливість прогнозування інфляції на перспективу. Таку модель використовують такі країни, як США, Китай та Великобританія.

При цьому необхідно зазначити, що ці всі моделі є умовними і практично не трапляються в чистому вигляді. До того ж, з часом під впливом економічних та політичних змін у світі постійно відбувається їх зміна та стирання чітких меж між цими моделями. В той же час модель, яка формується в Україні, не повною мірою збігається зі сформованими у світовій практиці типами. При цьому правомірно стверджувати, що у вітчизняній економіці формується своєрідна, так звана «змішана модель» з огляду на те, що впродовж останніх років можна зауважити певну схожість з моделлю «двох опор» (в частині введення режиму інфляційного таргетування та підтримання трансмісії ключової процентної ставки як основного інструменту) та кредитно-фондовою (у механізмах рефінансування та здійснення операцій репо).

Узагальнення інструментарію грошово-кредитної політики у зарубіжних країнах свідчить, що незважаючи на досить різні масштаби фінансових потрясінь в різних країнах, на практиці більшість країн (особливо розвинутих) віддали перевагу комплексному використанню інструментів. Разом з тим необхідно звертати увагу те, що одні й ті ж заходи мають доволі різні наслідки залежно від адекватності ухвалених рішень та обраного інструментарію реальній ситуації, яка складалася у відповідний час у сфері функціонування світової економіки, банківського сектору та фінансового ринку. Наприклад, прискорення інфляції в Україні та світі актуалізувало питання пошуку шляхів її мінімізації. Традиційно питання зменшення рівня інфляції в ринковій економіці пов'язують з політикою центрального банку, з підняттям ключової процентної ставки.

Проте, прихильники виключно монетарного шляху приборкання інфляції забувають про очевидні перепони, які характерні для країн з ринково



нерозвиненою економікою, і які не дозволяють ефективно використовувати інструмент процентної ставки для протидії інфляції:

Функцією центрального банку в царині монетарної політики є не тільки встановлення базової ціни грошей (як інструмента досягнення цінової стабільності), але й підтримка та розбудова самого трансмісійного механізму монетарної політики.

Ринки кредитування, депозитів, фондового ринку є складовими механізму монетарної трансмісії. Тому їх розвиток не повинен залишатися без уваги центрального банку для помітного впливу монетарної політики на інфляцію товарних ринків.

Для досягнення інфляційних цілей у середньо- та довгостроковій перспективі важливо не тільки сприяти ефективному фінансовому посередництву, але й приділяти увагу питанню розвитку цільового кредитування для підтримки тих сфер економіки, для яких доступність до банківських кредитних ресурсів на загальних підставах є проблематичною, особливо тих проектів, які здійснюються за ініціативи держави.

Крім того, неефективність фінансового посередництва в Україні призводить до того, що монетарні імпульси майже не доходять до товарних ринків і не здійснюють помітного впливу на інфляційні процеси. Тому, ми вважаємо, що для пом'якшення ефектів нерівності на стабільності цін варто уникати проведення жорсткої монетарної політики з різкими змінами ключової процентної ставки та тривалими її відхиленнями від нейтрального рівня. Такі чинники лише збагачують заможних власників активів, не приносячи користі ні для стабілізації інфляції, ні для економічного зростання та ще й погіршують якість трансмісії монетарної політики.

Тому, нам необхідно досить об'єктивно оцінювати рівень нейтральної процентної ставки, який повинен враховувати зміни внутрішнього фундаментального попиту на гроші, а не лише настрої іноземних інвесторів.

Головне, що сьогодні має бути це довіра до центрального банку як до інституції, яка здатна впливати на інфляційні очікування, а також коли його монетарна політика відіграватиме провідну роль в макроекономічних процесах інвестування, споживання та заощаджень.

Список використаних джерел:

1. Гриценко А.А., Кричевська Т.О. Теоретичні основи грошово-кредитної політики. *Економічна теорія: науковий журнал*. 2011. № 1. С. 90-106.
2. Міщенко В.І., Льон І.М. Роль монетарного регулювання у стимулюванні економічного розвитку. *Фінанси України*. 2017. № 4. С. 75- 93.
3. Данилишин Б.М. Перспективи удосконалення монетарної політики України. *Фінанси України*. 2020. № 2. С. 7-24.



РОЗДІЛ 5. ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ТА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА





Бугріменко Р. М., д-р екон. наук, доцент,
доцент кафедри економіки та бізнесу,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків

ІНФРАСТРУКТУРНИЙ РОЗВИТОК РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Становлення та розвиток ринкових відносин супроводжуються розвитком послуг торгівлі, їх техніко-технологічним оснащенням, запровадженням сучасних торгових форматів, зростанням кількості торгових підприємств та торгових площ. Динаміка споживання та високі темпи товарообігу у містах вигідно виділяють їх споживчий ринок, сприятливий для виробників товарів народного споживання, підприємств роздрібною торгівлі.

В даний час важливим є не тільки дослідження ситуації, що склалася на ринку послуг роздрібною торгівлі, а й вироблення методичних рекомендацій щодо наукового забезпечення процесів організації та регулювання інфраструктурного забезпечення розвитку торгової мережі у великих містах.

Український ринок роздрібною торгівлі стрімко розвивається, відбувається зростання національних, регіональних та малих роздрібних мереж, збільшується надходження інвестицій у цей сектор економіки, розширюється асортимент товарів, удосконалюється інфраструктура торгівлі, будучи сполучною ланкою між сферою виробництва та сферою обігу. Інститути інфраструктури роздрібною торгівлі створюють робочі місця для 5,2% працездатного населення.

Однак найчастіше економічні перетворення у сфері товарного обігу проводяться без урахування численних факторів регіонального, інституційного та інфраструктурного характеру. Нерівномірність економічного розвитку регіонів, специфіка та інваріантність підходів до пошуку вектора економічного розвитку на місцях створюють основу для поглиблення наукового пошуку методів та моделей інфраструктурного розвитку роздрібною торгівлі. Базову роль цьому процесі грають умови інфраструктурного розвитку, їх систематизація і аналіз у межах існуючих традиційних підходів і процедур.

Динамічний розвиток вітчизняного ритейлу та його регіональних підсистем, активне використання бенчмаркетингових технологій, опора на прогресивні маркетингові рішення у просуванні продуктів із застосуванням різноманітного креативного інструментарію, стимулювання продажів суттєво збагатили арсенал практичних алгоритмів та процедур зростання ефективності функціонування роздрібною торгівлі у регіонах. Проте суттєвою перешкодою на шляху розширення мережевого формату ритейлу є низький рівень інфраструктурного забезпечення розвитку роздрібною торгівлі, відсутність нормальних та ефективних конкурентних відносин, проблеми дисбалансу у розвитку ресурсної бази торгівлі та інфраструктури регіону.

Сучасний етап соціально-економічних перетворень показав, що головна конкурентна перевага підприємств, галузей та ринків та регіонів пов'язана з кількістю інвестиційних та якістю людських ресурсів. У такій ситуації



першочергового значення набуває питання створення умов, що забезпечують нормальне функціонування окремих секторів економіки з урахуванням можливих обмежень. До таких обмежень, що стримують розвиток роздрібної торгівлі, можна віднести інфраструктуру.

У цьому контексті особлива значимість інфраструктури роздрібної торгівлі (функціонування якої спрямовано на нормалізацію роботи споживчого ринку України і задоволення найважливіших потреб населення) зумовлена її здатністю надавати і розширювати можливості розвитку торгових мереж, цим впливаючи на соціально-економічний розвиток регіону загалом. Проте протягом тривалого часу можливості роздрібних операторів щодо ефективної взаємодії з інфраструктурними об'єктами були обмежені, зростали ризики розширення та експансії національних мереж, змінювалася спрямованість використання об'єктів інфраструктури роздрібної торгівлі, знижувалися обсяг та якість послуг. Дестимулювання процесів відновлення інфраструктури споживчого ринку спричинило зниження потенціалу розвитку роздрібної торгівлі.

Перелічені проблеми набувають особливої актуальності з низки обставин.

По-перше, рівень якості та ступінь доступності послуг, що надаються, не цілком задовольняють потребам і можливостям мережевих операторів, наявність об'єктів інфраструктури торгівлі на території регіону не завжди гарантує високі рівень і якість послуг, а тому знижує конкурентні переваги учасників ринку [1].

По-друге, інфраструктура роздрібної торгівлі в даний час не виконує основних функцій, а саме: формування постійних товарних потоків, нормальне фінансове та інформаційне забезпечення – через те, що темпи розвитку інфраструктури в регіонах відстають від темпів соціально-економічних змін, що відбуваються в країні.

По-третє, регіони України не завжди здатні вирішувати проблеми розвитку інфраструктури роздрібної торгівлі самостійно, оскільки розвиток інфраструктури детермінований економічними можливостями споживчого сектора загалом (для України характерний високий рівень неоднорідності економічних умов розвитку). У той самий час інфраструктура роздрібної торгівлі є частиною споживчого ринку як соціально-економічної системи, має територіальний характер розміщення, і, проблеми її розвитку мають вирішуватися головним чином рамках регіональної політики.

По-четверте, назріла необхідність розробки регіональної політики розміщення мереж та об'єктів інфраструктури, спрямованої на розвиток роздрібного ритейлу як фактора, що впливає на якість життя населення та задоволення потреб споживачів [2].

Проблеми функціонування та розвитку регіональної інфраструктури роздрібної торгівлі стали предметом глибокого системного аналізу, відсутні чітко сформульовані теоретичні і методологічні підходи, неефективні управлінські рішення, слабо використовується маркетинговий інструментарій



управління розвитком об'єктів інфраструктури роздрібної торгівлі.

В теорії регіональної економіки існують різні підходи до визначення сутності та ролі інфраструктури у регіоні, класифікації її елементів. Найпоширеніший зводиться до уявлення інфраструктури як сукупності галузей, підприємств і закупівельних організацій (що входять у ці галузі), покликаних забезпечити умови нормального функціонування інших ринкових суб'єктів і нормальної життєдіяльності людей. Такий підхід є традиційним і характеризує переважно структурні аспекти інфраструктури.

В рамках авторської методології розвиток інфраструктури роздрібної торгівлі регіону сприймається як процес зміни галузевої та/або об'єктної структури у напрямі реалізації її основних характеристик: удосконалення територіальної локалізації; поліпшення суб'єктної та об'єктної структури; концентрація результатів функціонування на адекватність інтересам споживача, що забезпечує розвиток потенціалу роздрібної торгівлі та зростання якості життя населення регіону [3].

У результаті розвитку інфраструктури роздрібної торгівлі як підсистеми споживчого ринку виникає нова якість стану системи, що сприяє формуванню синергетичних ефектів, що виявляються при взаємовпливі підвищення забезпеченості об'єктами інфраструктури на розвиток потенціалу роздрібної торгівлі та їх спільний вплив на економічні умови в регіоні, прискорення його соціально-економічного розвитку.

Формування розвинених регіональних ринків споживчих товарів та послуг – досить складний та тривалий процес, що включає структурні зміни у виробництві, обігу та споживанні товарів [4]. Тому в кожному регіоні має бути розроблена довгострокова концепція розвитку регіонального споживчого ринку, що включає кілька етапів із можливими альтернативними сценаріями та варіантами розвитку, вибір яких визначатиметься конкретними соціально-економічними умовами, тобто інваріантністю векторів розвитку регіону.

Формується нова парадигма суспільного розвитку, основна мета якої – побудова соціально орієнтованої економіки, у якій структура споживання малого міста та великого мегаполісу не буде мати принципових відмінностей. Регіон згодом набуде форми ринку з межами, зумовленими міжрегіональною конкуренцією.

Список використаних джерел:

1. Максимова Т.С. Концептуально-методологічні підходи до дослідження регіональних ринків. *Маркетинг: теорія і практика*. 2008. № 14. С. 65-71.
2. Павлова В.А. Торговельні мережі в Україні: особливості та проблеми розвитку. *Академічний огляд*. 2011. №.1(34). С. 63-69.
3. Бугріменко Р.М. Методология исследования инфраструктуры розничной торговли в регионе. *Развиток економічних методів управління національною економікою та економікою підприємства*. 2013. Вип. 274, т. XIV. С. 36-46.
4. Загорна Т.О. Діагностика процесів розвитку споживчого ринку: комплексний підхід. *Торгівля і ринок України*. 2010. Вип. 30, т. 2. С. 241-247.





БІОЕКОНОМІКА: ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Побудова нового типу економіки – біоекономіки, стає пріоритетним, стратегічним та інноваційним напрямом розвитку все більшого числа країн.

Біоекономіка – це високотехнологічна сфера економічної діяльності, яка дає можливість підвищувати енергоефективність, ефективно використовувати відходи, розвивати відновлювану енергетику на основі біомаси, забезпечити екологізацію промислового сектора, стійкість сільського господарства, виробництво нових продуктів харчування, розвиток медичних технологій [1].

Сьогодні питанням номер один, який стоїть перед країнами ЄС, є пошук альтернативних джерел енергії та енергозбереження.

Господарська діяльність людства в усі періоди історичного розвитку була спрямована на задоволення власних потреб без усвідомлення наслідків для навколишнього середовища та майбутніх поколінь. Неузгоджена економічна та соціальна політика країн світу, різноспрямованість їхніх інтересів, стратегічних орієнтирів, значний розрив рівнів соціально-економічного та технологічного розвитку привели до виникнення, особливо в останні десятиліття, глобальних проблем, що загрожують життю та здоров'ю населення, дисбалансу в еколого-економічній системі, появи незворотних процесів у середовищі існування. Водночас кількість населення на планеті постійно зростає. Це створює необхідність у збільшенні споживання на 50% їжі, 45% енергії і 30% води. В таких умовах надзвичайно важливого значення набувають джерела відновлюваних природних ресурсів. Тому виникає переконлива необхідність тісного співробітництва країн світу і навіть континентів, інтеграції їхньої науково-виробничої сфери стосовно пошуку вирішення глобальних проблем у різних галузях та сферах діяльності соціуму, таких як екологічні системи, продовольча та енергетична безпека, охорона здоров'я, розміщення промислових об'єктів тощо. Спільним знаменником зазначених проблем є те, що вони є системними, постійно діючими, надзвичайно складними, відкритими та характеризуються невизначеністю стосовно напрямів їх подолання. Часткове ж вирішення може викликати подальші проблеми завдяки ефекту зворотного зв'язку. З огляду на вищезазначене, актуалізується необхідність дослідження біоекономічної системи як вирішальної якісної характеристики буття соціуму та ключової детермінанти його розвитку.

У наукових працях вітчизняних дослідників пропонується широкий підхід до визначення біоекономіки як високотехнологічної сфери економічної діяльності, яка дає можливість підвищувати енергоефективність, ефективно використовувати відходи, розвивати відновлювану енергетику на основі біомаси, забезпечити екологізацію промислового сектору, стійкість сільського господарства, виробництво нових продуктів харчування та розвиток медичних технологій [1].



Є певний взаємозв'язок між такими категоріями, як біотехнологія, біоенергетика та біоекономіка. Варто відмітити, що вони мають певні збіжності та відмінності. Біотехнологія – це наука, яка трансформує мікро- та біоорганізми у певний кінцевий результат за допомогою хімічних, фізичних та мікробіологічних процесів (генна і клітинна інженерія, клонування). На відміну від біотехнології, яка є наукою, біоенергетика та біоекономіка – це галузі енергетики та економіки відповідно. Водночас вони не можуть існувати без біотехнологічного процесу, який дає можливість трансформувати біомасу у біоенергію. Істотна різниця між біоенергетикою та біоекономікою полягає у різних кінцевих результатах: для біоенергетики це – біопаливо (тверде, рідке чи газоподібне), а для біоекономіки – будь-яка продукція продовольчого чи промислового характеру, в тому числі й біопаливо.

Спільним для цих галузей є джерело енергії, тобто сировина, якою є біомаса як біологічно відновлювана речовина органічного походження, що здатна до біологічного розкладу. Вона має вигляд залишків сільського, рибного, лісового господарства та технологічно пов'язаних із ним галузей промисловості, а також побутових твердих та харчових відходів органічного походження. Більшість наукових праць, а особливо зарубіжних, до переліку складників біомаси відносять у тому числі й енергетичні культури. Це окремі види дерев та рослин, що спеціально вирощуються для подальшого виробництва, тобто це швидкоростучі дерева, багаторічні трави (міскантус, шавнат), однорічні трави (сорго, тритикале). До енергетичних рослин також належать традиційні сільськогосподарські культури, що вирощуються з метою виробництва біопалива (ріпак, соняшник, кукурудза, пшениця). Таким чином, енергетичні культури є біологічно відновлювальною сировиною для виробництва. Джерелом біоенергії є біологічні відновлювальні ресурси та біомаса.

Щодо України, то ми маємо усі передумови та значний потенціал для розвитку біоекономічної системи. Вітчизняні товаровиробники мають можливості стати провідними постачальниками біомаси на міжнародний ринок. Імплементация цього напряму на теренах України насамперед пов'язана з формуванням відповідних законодавчих та інституціональних засад. Шляхом державного стимулювання та інноваційних програм необхідно акцентувати увагу на залученні інвестицій у відповідні дослідні розробки, оптимізації та ефективному регулюванні ризиків щодо впровадження інноваційних проектів у галузі біоекономіки тощо [2, с. 3].

Біомаса в країнах, що розвиваються, активно використовується як паливо для опалення або приготування їжі. У розвинених країнах її застосовують вже як засіб виробництва тепла та електроенергії або сировину для виробництва рідкого біопалива. У тому числі скорочення викидів вуглекислого газу. Ще до середини 19 століття біомаса була найбільшим джерелом енергії у світі. Потім індустріалізація набрала обертів і людство радісно почало активно спалювати вугілля та газ, прокладаючи шлях до технічного прогресу. Але з ним дорогу



відкрили й екологічні проблеми. Лондонський зміг другої половини позаминулого століття був хіба першим дзвіночком. До 2020 року планета підійшла з довгим переліком складнощів із навколишнім середовищем: і питання енергетики виявилися одними з ключових факторів, що призвели до такого непростого стану. Втім, якраз енергетика може виявитися і ключем до вирішення (або принаймні частини вирішення) питань сталого розвитку. Переходячи від використання копалин до відновлюваних ресурсів, людство здатне повернути сумний для навколишнього середовища тренд. І однією з ресурсів у цьому ключі є біомаса.

Біомаса – це відновлювана органічна сировина, що виробляється рослинами та тваринами. Її можна як безпосередньо спалювати для отримання тепла або перетворювати на біопаливо: тверде, рідке, або газоподібне. Біомаса є одним із найбільш гнучких альтернативних видів сировини для виробництва енергії шляхом ферментації або спалювання. Газ метан отримують як з відходів й залишків рослинництва, так й тваринництва. Далі одержуваний біогаз може бути перетворений на джерела енергії: електричну енергію; теплову енергію; пар; біометан.

Такі альтернативні джерела енергії можуть бути реалізовані в електричну мережу або тепломережу, використані для потреб підприємства або супутні виробничі процеси. Проміжне зберігання біогазу може бути організоване у спеціальних резервуарах-сховищах – газгольдерах. Ще одним варіантом подальшого використання біогазу є його доочищення до біометану – аналога природного газу та застосування як паливо для транспортних засобів, що працюють на газу або ж, подача в газотранспортну мережу. Що стосується методу спалювання біомаси, то комбіновані теплоелектростанції (ТЕЦ) спалюють тверді органічні матеріали, наприклад, деревні відходи, для виробництва теплової енергії. ТЕЦ одночасно з тепловою енергією генерують електричну енергію, а відпрацьоване тепло може бути використане для заміщення традиційних видів енергії у бюджетному чи комунальному секторі. Окрім ТЕЦ промислових потужностей є малопотужні теплоелектростанції, а також системи опалення на пелетах, які забезпечують виробництво CO₂-нейтральної теплової енергії у будинках та житлових приміщеннях.

Біомаса може замінити продукти, одержувані з використанням ресурсів викопного палива, оскільки є унікальним джерелом вуглецю. Для забезпечення екологічно чистого виробництва можуть використовуватись залишки та відходи, сировина сільського та лісового господарства, отримана зі стійких джерел [3, с. 68].

Таким чином, біомаса – це відновлювана сировина, доступна на постійній основі. Так, рослини пов'язують вуглекислий газ, а тварини є джерелом виділення парникових газів усім етапам життєдіяльності. А спалювання та ферментація реалізують CO₂ балансування, а відповідно, не впливають на клімат, особливо в порівнянні з викопним паливом. Перероблення біомаси може зменшити витрати України на імпорт нафти та



нафтопродуктів.

Список використаних джерел:

1. Процаликіна А. М. Передумови становлення та розвитку біоекономіки. *Ефективна економіка*. 2016. № 12 <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5314>
2. Полторацька О.Т., Крюкова В.В. Формування біоекономічної системи, перспективи її розвитку та економічного зростання в Україні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. В. 1. 2019. С. 3-7.
3. Олешко А. А., Ольшанська О. В., Будякова О. Ю., Бебко С. В. Розвиток стійкої біоекономіки: досвід Європейського Союзу та можливості для України. *Агросвіт*. 2022. № 3. С. 64–69. DOI: 10.32702/2306-6792.2022.3.64





Вавдіюк Н. Ю., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр, ОПП Менеджмент,
Науковий керівник – **Тоцька О. Л.**, д.е.н., доцент,
професор кафедри фінансів,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ КРАУДФАНДИНГОВИХ ПЛАТФОРМ В УКРАЇНІ

Розвиток інформаційного суспільства, який пов'язаний, у першу чергу, з використанням мережі Інтернет і постійним зростанням числа зареєстрованих осіб у соціальних мережах, є важливим інструментом для всебічного поширення краудфандингу.

Краудфандинг – інструмент активізації інноваційної діяльності, що забезпечує розвиток сприятливих умов для малого бізнесу та запуску підприємств з моменту створення, надає можливість участі в інвестуванні необмеженому колу інвесторів з різними мотивами й фінансовими можливостями [1].

На практиці значно посилюється роль краудфандингу для фінансування високотехнологічних, інноваційних, креативних, соціальних і суспільно значущих проєктів. І хоча в Україні краудфандинг як метод фінансування не набув такого значного поширення як у найбільш економічно розвинених країнах, проте вдалося створити і вітчизняні перспективні майданчики.

Першою краудфандинговою платформою в Україні стала «Велика ідея», яка була створена в 2012 р. громадською організацією «Гараж Генг». На офіційному сайті цього майданчика виділяють чотири основні розділи: «Спільнокошт», «Можливості», «Практики» та «Майстерня».

Розділ «Спільнокошт» – простір, на якому автори можуть представити свої проєкти та залучитися підтримкою інвесторів й отримати змогу знайти стартовий капітал для соціального бізнесу, в той же час як вкладники – стати співучасниками добрих справ, підтримавши проєкти коштами. За час роботи «Спільнокошту» було реалізовано 550 успішних проєктів (стартапи, зйомки кліпів, громадські й екологічні акції, організація фестивалів і перформенсів, робота ЗМІ), залучено 67 398 добровольців та вкладено 49 090 745 грн.

Розділ «Можливості» – сервіс освітніх мікрооголошень, який дозволяє розміщувати короткі оголошення з розподілом за різними категоріями (аналітика, гранти, школи, події й ін.) та дисциплінами (економіка, екологія, культура тощо) задля залучення зацікавлених осіб.

Розділ «Практики» – це журнал соціальних інновацій, який є спільним простором для міркування та взаємодії з колективними знаннями задля багатостороннього висвітлення актуальних тем, змістовних подій і сучасних явищ з метою розуміння їх ролі та впливу в нашому житті.

Розділ «Майстерня» є новим розділом, створеним як навчальне середовище з метою розвитку навичок майбутнього. Тут пропонується проходження двох тестів «Тип філантропії» та «Роль в екосистемі» задля кращого орієнтування у властивих особі способах мислення в командах і



власній стратегії інвестування.

Що стосується процедури фінансування, то розробник отримує залучені кошти лише в разі зібрання повної суми за встановлений строк. У протилежному разі, всі внески повертаються доброчинцям із вирахуванням комісії платіжних систем, яка складає 10 % [2].

Ще однією з найбільш успішних краудфандингових платформ в Україні є GoF, створена в 2016 р. з метою підтримки освітніх проєктів. Ця платформа дозволяє покращити освітній процес, надаючи допомогу ініціативам, навчаючи комунікації, співпраці та прозорого фандрейзингу.

Наразі платформа GoF є офіційним представником Invention Convention Worldwide – міжнародної програми, в основі якої лежить STEMIE підхід, що виступає за науку, інженерію та математику, пов'язані з винахідництвом і підприємництвом програми. Починаючи з 2020 р., вона приймає проєкти виключно від учасників програми «Школа 3.0» чи інших навчальних програм і проєктів Центру інноваційної освіти «Про Світ» та освітні проєкти загальнонаціонального значення, що співпадають з цілями й цінностями команди платформи.

Що стосується процедури залучення фінансової допомоги, то після її отримання автор проєкту повинен надати звіт з документами, що підтверджують витати. Якщо договір з платформою укладається автором як фізичною особою-підприємцем, то кошти підлягають оподаткуванню. У разі, якщо автор укладає угоду через неприбуткову організацію (навчальний заклад), то отримує право на безповоротну фінансову допомогу [3].

Ще однією з краудфандингових платформ України є RazomGO, заснована в 2018 р. За допомогою цього майданчику ініціативні люди можуть робити проєкти, у які вони вірять та реалізовувати власні мрії. Це можуть бути творчі, соціальні, або комерційні програми. Загалом, розміщення проєктів можливе у тринадцяти різних категоріях, що дозволяє реалізовувати різноманітні програми, охоплюючи багато зацікавлених осіб, врахувавши різноманіття їх інтересів. При цьому, як автор проєкту, так і його спонсор отримують низку переваг (див. рис. 1).

Автор	Спонсор
<ul style="list-style-type: none"> • кошти на реалізацію проєкту; • розповсюдження власної ідеї; • підвищення популярності бренду; • знаходження однодумців, які підтримують проєкт. 	<ul style="list-style-type: none"> • винагорода за допомогу; • подяка від автора; • можливість долучитися до цікавої ідеї; • просування ідеї, у яку вірить.

Рис. 1. Переваги реалізації крауд-ідей

Джерело: сформовано автором на основі [4].

Проаналізувавши діяльність найбільш популярних краудфандингових платформ України, можна відобразити їх характерні особливості (див. табл. 1).

З табл. 1 бачимо, що найбільшою популярністю серед українців



користується платформа «Велика ідея», яка має більш тривалий період функціонування, є лідером за кількістю залучених інвесторів і сумою залучених грошових коштів для реалізації проєктів.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика діяльності краудфандингових платформ України

Порівняльні ознаки	Краудфандингова платформа		
	Велика ідея	GoF	RazomGO
Спеціалізація	економіка, подорожі, транспорт, освіта, соціальний бізнес тощо	освіта	їжа, дизайн, технології, наука, бізнес, здоров'я, мистецтво тощо
Кількість успішно реалізованих проєктів	550	135	12
Кількість неуспішно реалізованих проєктів	184	39	44
Кількість інвесторів	67 398	6 642	1 110
Сума залучених коштів, грн	49 090 745	4 893 082	505 457

Джерело: сформовано автором на основі [2; 3; 4].

Проте інші два майданчики також мають позитивні характеристики, завдяки чому відкривають перед собою значні перспективи для подальшого вдосконалення, розвитку та популяризації платформи.

Отже, хоча феномен краудфандингу досі не набув в Україні значного поширення як у найбільш розвинених країнах світу, проте багато ініціативних громадян зуміли проявити себе та втілити власні задуми в реальність, успішно реалізуючи розроблені ними проєкти на національних майданчиках.

Список використаних джерел:

1. Ярмош О. В. Краудфандинг як альтернативний варіант фінансування стартапів в Україні. URL :http://nbuv.gov.ua/UJRN/se_2017_1_23.
2. Велика ідея. URL: <https://biggggidea.com>.
3. GoF. URL: <https://gof.org.ua>.
4. RazomGO. URL: <https://razomgo.com>.





ВПЛИВ ЗМІН ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ БІЗНЕСУ НА ФОРМУВАННЯ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

Інтелектуальний бізнес – це підприємницька діяльність на засадах інтелектуального продукту з ціллю отримання прибутку та розвитку справи, тоді як інтелектуальний капітал є сукупністю знань, умінь, навичок, досвіду, мудрості, експертності конкретних акторів та нематеріальних активів у формі патентів, ліцензій, ноу-хау, баз даних, програмного забезпечення тощо [1]. У наш швидко плинний час на формування інтелектуального капіталу підприємств впливають все більше і більше факторів, з огляду на процеси глобалізації, глокалізації та яскраво виражених цивілізаційних змін. Однак, безперечно, найбільший вплив у вимірах якісних та кількісних результативних показників справляє цифровізація, точніше, основні її продукти – цифрові технології. До цього додається той факт, що в умовах самоізоляції і повсюдного карантину швидка цифрова трансформація бізнесу стала не просто необхідністю, а мірою для виживання.

Проблемні питання взаємовпливу цифрових технологій та інтелектуального капіталу вивчаються багатьма українськими та зарубіжними науковцями і практиками.

Організаційно-правовою базою інтелектуального бізнесу виступають ряд законодавчих та нормативно-правових актів і стратегій: «Про інноваційну діяльність», «Про науково-технічну інформацію», «Про авторське право і суміжні права», «Про концепцію науково-технологічного та інноваційного розвитку», «Пріоритети розвитку національного підприємництва в умовах цифрових трансформацій» тощо. Важливим кроком було створення 2019 року Міністерства цифрової трансформації України (Мінцифри) (до 2019 р. – Державне агентство з питань електронного урядування України, до 2014 р. – Державне агентство з питань науки, інновацій та інформатизації). У структурі міністерства функціонують Директорати розвитку електронних послуг, розвитку Національної програми інформатизації, цифрової економіки, розвитку кібербезпеки, регіональної цифровізації, розвитку цифрової інфраструктури, Департаменти координації проєктів цифрової трансформації, правового забезпечення цифрової трансформації тощо. Основними проєктами Мінцифри вже стали запуск освітніх серіалів (про захист персональних даних, кібербезпеку, кібербулінг); реєстрація та податки ФОП; онлайн прописка, прописка дитини онлайн, підписання документів; цифровий податковий номер, паспорт, студентський, поліс страхування та інші.

Першими, хто відчув повну залежність від цифровізації були малі та середні підприємства, оскільки відбулося швидке зростання електронної комерції, безготівкових розрахунків, нових ланцюгів створення доданої вартості, що позначилося на їх діяльності першочергово. Завдячувати



цифровим технологіям, які створюють можливості для проривних бізнес-ідей, можуть також стартапи – особливі організаційні структури, повноправні гравці у підприємницькій екосистемі будь-якої сучасної країни. Звичайно, великий бізнес, маючи ресурси, нині також занурений у процес цифрової трансформації. Отож, вибудовується безперервний ланцюжок: «цифровий світ – цифрова Європа – цифрова Україна – цифрове підприємство».

Відповідно до стратегії Національного інституту стратегічних досліджень України «Пріоритети розвитку національного підприємництва в умовах цифрових трансформацій» від 30.11.2020 р. пріоритетами у формуванні та реалізації державної політики розвитку підприємництва запропоновано визначити оцифровування бізнес-процесів, розвиток електронної комерції та розширення сфери впровадження адміністративних е-послуг [2].

Цінним для українських малих підприємств може бути досвід малого підприємництва («прихованих чемпіонів») Німеччини [3]. Для залучення німецького малого бізнесу до цифровізації, на урядовому рівні було створено агенції, які впроваджують цифрові інновації і створюють доступ до них малого і середнього бізнесу, взаємодіють з ним, передаючи досвід. Одні з агенцій надають підтримку із застосування хмарних комп'ютерних технологій (Mittelstand 4.0 for the Cloud), другі – допомогу в галузі управління цифровими процесами і ресурсами (Mittelstand 4.0 for Processes), треті – підтримку у сфері менеджменту інновацій й використання цифрового зв'язку (Mittelstand 4.0 for Communication), четверті – послуги з консультування щодо нових технологій у цифровій торгівлі (e-Billing) і торгівлі обладнанням. Дані агенції у Німеччині передають досвід експертним центрам, які, у свою чергу, доносять інформацію до малих підприємств.

Список використаних джерел:

1. Падерін І.Д., Романов О.В., Горященко Ю.Г. Інтелектуальний бізнес як важливий напрям інноваційного розвитку підприємств. *Вісник економічної науки України*. 2017. № 1 (32). С. 68-72.

2. Стратегія Національного інституту стратегічних досліджень «Пріоритети розвитку національного підприємництва в умовах цифрових трансформацій». URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-11/cyfrovi-transformatsii.pdf>.

3. Як малим та середнім підприємствам України стати національними та глобальними чемпіонами?: аналітична записка. Центр економічної стратегії, 26.09.2019. URL: <https://ces.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/%D0%A6%D0%95%D0%A1-final-UA.pdf>.





Жук С.В., здобувач вищої освіти ОС Магістр
Науковий керівник - **Чіп Л. О.**, к.е.н., доцент
Полтавський державний аграрний університет

ФОРМУВАННЯ ТА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Ефективна інвестиційна політика є найважливішим інструментом розвитку фінансово-господарської діяльності підприємств, призначеним для оптимізації їх різних економічних інтересів у процесі формування та використання фінансових, матеріальних та інших ресурсів. Для обґрунтування ефективності інвестиційної політики може бути використана сукупність різних критеріїв, що передбачають оцінку інвестиційної діяльності організацій з різних напрямків:

- показники ефективності інвестиційних вкладень у реальні активи;
- досягнення заданих параметрів інвестиційної програми підприємства;
- показники ефективності інвестиційних вкладень у фінансові інструменти;
- показники ефективності інвестиційної діяльності загалом – на основі позитивного чи негативного впливу інвестицій на ключові показники фінансово-господарської діяльності підприємства та його ринкову вартість;
- показники, що характеризують рівень інноваційності інвестиційної діяльності [3].

Оцінка інвестиційної політики на основі виділених критеріїв дозволяє зробити висновок про її ефективність у цілому та виділити певні проблемні зони (сегменти), у яких не було досягнуто запланованих результатів, і на які слід звернути особливу увагу при розробці інвестиційної політики на наступний перспективний період.

Слід мати на увазі, що інвестиційна політика підприємства є допоміжною, але істотною складовою загальної стратегії розвитку суб'єкта господарювання, тому всі основні плани, пов'язані з подальшим розвитком підприємства та підвищенням рівня його виробничої оснащеності, безпосередньо пов'язані з його передбачуваною інвестиційною діяльністю. Тому підвищення ефективності інвестиційної політики підприємства необхідно ув'язати з її подальшим впливом на зміцнення стратегічних переваг підприємства шляхом активізації його інвестиційної діяльності та підвищення її ефективності. Слід зазначити, що активізація інвестиційної діяльності підприємства передбачає здійснення капітальних вкладень у його реальні активи: як довгострокові інноваційні проекти, і у проекти, пов'язані з поліпшенням існуючого виробничого процесу.

Таким чином, для підвищення ефективності інвестиційної політики комерційних організацій було запропоновано реалізацію комплексу заходів.

По-перше, розробка та впровадження системи управління інвестиційною діяльністю на підприємстві як окремої структури (відділу управління інвестиціями), основним завданням якої є розробка інвестиційної програми з урахуванням стратегічних цілей розвитку підприємства.



По-друге, обґрунтування необхідних коштів фінансування для реалізації проектів, що включаються до інвестиційної програми, враховуючи вкладення як в основний, так і в оборотний капітал внаслідок запланованого збільшення обсягу продажів підприємства.

По-третє, використання методики оптимального розподілу інвестиційного капіталу в умовах обмеженого бюджету фінансування, яка на основі комплексного показника дозволяє сформувати портфель проектів, що найбільш повно відповідає поставленим цілям – максимізації прибутковості або мінімізації ризику портфеля проектів

Список використаних джерел

1. Кривов'язюк І. В. Інвестиційна діяльність підприємства: сутність, методика аналізу та шляхи підвищення її ефективності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки.* 2018. Вип. 31. С. 83-90.

2. Скотнікова Л. П., Угрімова І. В. Роль інвестиційної стратегії у розвитку підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут» (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2018. № 19 (1295). С. 19-22.*

3. Штепенко К. П., Забураєва О. Ю. Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення. *Ефективна економіка.* 2019. № 5. URL : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7040>.



INVESTMENT ACTIVITY IN AGRIBUSINESS

Investment is a key factor in ensuring economic growth and innovation, increasing productivity, increasing incomes, sustainable economic development. Investment in agriculture, is important because it contributes to economic growth and poverty reduction, food security and sustainable use of nature. Volumes of investments, their structure depends on many factors. After the global financial crisis in the period, experts note the weakness of investment activity in the world economy, and argue that the lion's share of declining productivity growth in this period as in developed both emerging and developing economies account for the slowdown in investment. With the development of the pandemic, expectations of investment activity of most experts are pessimistic. But against the background of global trends there are differences in the dynamics of investment in different countries and different industries.

Agriculture occupies a special place in the sectoral structure of the Ukrainian economy. Investment in agriculture in Ukraine should ensure its technical and technological renewal, increase factor productivity, competitiveness of the industry in domestic and foreign markets, sustainable development of the agricultural sector as a whole. Investment activity in agriculture is very sensitive to many factors: macroeconomic conditions, political stability, the state of institutions, infrastructure development, innovation potential, profitability of individual industries and financial instruments. The study of trends, factors of influence, interdependence of investment in agriculture and land reform creates the necessary scientific foundation for sound management decisions at both micro and macro levels, forecasting possible changes in the development of the industry.

Ukraine is frequently referred to as being a potential global agricultural superpower. Over 70% of the country's total area is agricultural land. This amounts to just over 42 million hectares of which 32 million is arable land suitable for grain and vegetable farming. Approximately 25% of Ukraine's population is employed in the agricultural sector.

The agricultural sector is one of the promising sectors of Ukraine's economy, accounting for over 20% of GDP. Ukraine is among the five largest grain exporters globally and takes first place in the world in terms of export of sunflower oil (58%).

The largest part of Ukraine's current agricultural output consists of a diverse combination of cereal and forage crops including wheat, maize, barley, sunflowers, sugar beets, tobacco, legumes, fruits and vegetables.

Ukraine takes a leading position as a large producer of cereal grains, particularly wheat. The entire annual cereal crop can reach as high as 90-100 million tons.

Agribusiness retains its highest priority for the Ukrainian government, especially in connection with the Association Agreement between the EU and



Ukraine and the implementation of the Deep and Comprehensive Free Trade Agreement (DCFTA). Since the signing of the Association Agreement, the export of agricultural products from Ukraine to the EU has increased by 37% (from 4.5 billion in 2013 to 6.1 billion in 2018, and 6.6 billion by December 2019) (Fig.1).

What is more, according to the monthly monitoring of agricultural trade performed by the European Commission, for the period from November 2018 through October 2019, Ukraine, having exported agricultural goods for the total amount of 7.3 billion EUR, was ranked 3rd among the largest suppliers of agricultural products to the EU.

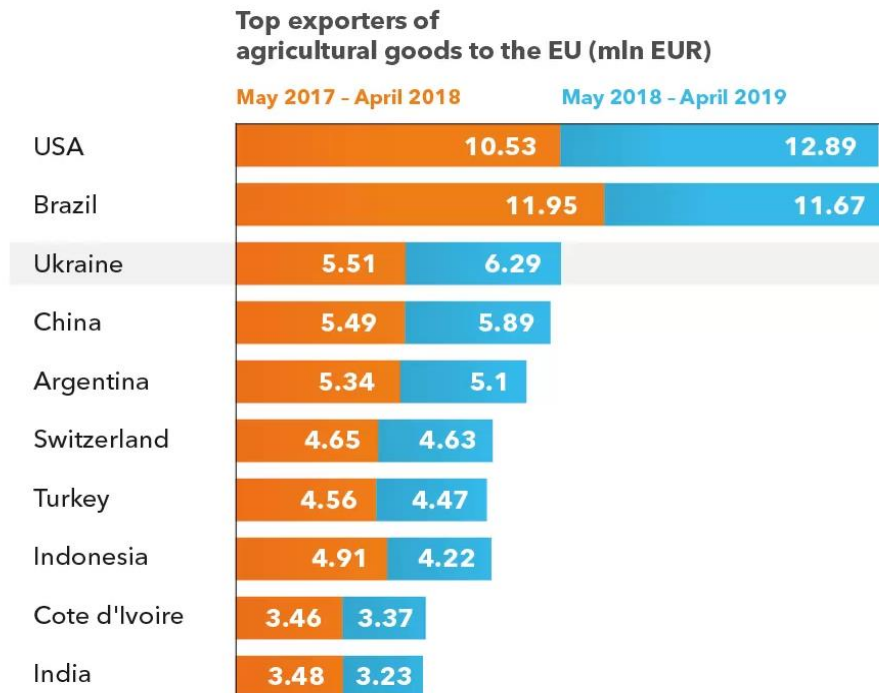


Fig.1. Top exporters of agricultural goods

Source: according to the State Statistics Service of Ukraine and the National Bank of Ukraine.

Since the establishment of the free trade zone in 2017, Ukraine managed to receive preferential quotas for duty-free export of honey, grape juice, processed tomatoes, pearl barley, oats, wheat, barley and corn.

The huge potential of the Ukrainian agro-industrial complex makes it a key economy sector in terms of investment, both domestic and foreign. According to the data by the State Statistic Service of Ukraine, during the period from 2014 to 2018, the amount of investment into the Ukrainian agribusiness has grown trifold, amounting to 300 billion UAH (about 11.2 billion USD), with 100 billion UAH (about 3.7 billion USD) having been invested in food production. In 2019, agriculture, forestry and fisheries have received 55.25 billion UAH (about 1.95 billion USD) of investment.

Foreign investors often opt for agribusiness in Ukraine since it allows for relatively fast return on investment and stable conditions, despite unforeseeable factors such as poor weather conditions.

Among the main reasons for the decline in investment activity in the country,



in particular in agriculture, are the following:

- low level of investment protection and weak development of the stock market;
- certain inconsistencies and imperfections of legislation;
- difficulty in obtaining credit and high interest rates;
- low solvency of the population and state enterprises;
- high level of bureaucracy in deciding on investment activities;
- high tax rates;
- low level of state support for agricultural producers.

The slowdown in investment can be explained primarily by the presence of high investment risks in the country, which investors seek to avoid under any circumstances. This can have negative consequences for the development of the agricultural sector, which can manifest itself in lower productivity, reduced production, higher cost of manufactured products, deteriorating quality and, consequently, reduced competitiveness.

The introduction of a comprehensive investment program in the agrarian sector of the economy will stimulate its transition to a qualitatively new innovative type of development and will promote the growth of competitive agrarian enterprises. The timely assessment of the investment attractiveness of a company with a view to forecasting the prospects for further effective development of the agrarian sector will facilitate opening of new diversification opportunities for domestic and foreign investors, and increase the investment guarantees for foreign investors in investment projects.

References:

1. Chernyshev, V.G., Okara, D.V., Kovaleva, I.L., 2019. The current state of foreign investment in agriculture, forestry and fisheries in the regions of Ukraine. *Agro-world*, 21, pp. 36-46.
2. Gaidutsky, P. I., 2014. Structural warp and crisis crises in the agro-industrial complex. *Economy AIK*, 7, pp. 38-46.
3. Global productivity. Trend, drivers, and policies / ed. A. Dieppe. *World Bank Publications, The World Bank Group, Washington, DC: World Bank*, [online] 2020. 460 p. Available at: <https://www.worldbank.org/en/research/publication/globalproductivity?cid=ECR_E_NewsletterWeekly_EN_EXT&deliveryName=DM71770> [Accessed 8 September 2021].
4. Ilchuk, V., Shpomer, T., 2017. Innovation and investment activity of AIC: current state and problems of development. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific*, [online], 3(1), pp. 108-118. Available at: <www.are-journal.com> [Accessed 10 Oktober 2021].
5. Onegina, V., Vitkovskiy, Y., 2020. Investments and land reform in agriculture of Ukraine. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific*, [online], 6(4), pp. 187-210. Available at: <<https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.10>> [Accessed 17 Oktober 2021].



Зінченко В.Р., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа і страхування
Науковий керівник – **Зоря О.П.**, д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ ТА ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ УКРАЇНИ

Події останніх років мають значний вплив на економіку країни. Спочатку конфлікт на сході України та анексія Криму, тепер взагалі війна, це в свою чергу призвело до політичної та економічної нестабільності, а отже, до відтоку іноземних інвестицій. Тому що, іноземні інвестори не впевнені, наскільки добре їхні інвестиції в Україні захищені під час збройного конфлікту та військової окупації. Оскільки Україна не може досягти свого економічного розвитку за рахунок власних фінансових ресурсів, вона відчуває постійну потребу в залучених іноземних ресурсів.

Результати досліджень українських та зарубіжних вчених свідчать, що процеси економічного зростання пов'язані з обсягом і темпами зростання інвестицій, їх структурою та якісними характеристиками.

Для України розвиток інвестиційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності вітчизняних виробників мають особливе значення, оскільки прискорюють ринкову трансформацію економіки, вихід на світові товарні ринки та створення валютних резервів, необхідних для модернізації виробництва, а це, в свою чергу, можливо лише за умов високої інвестиційної привабливості та сприятливого інвестиційного клімату.

Інвестиційний клімат – це сукупність різних економічних, соціальних і політичних факторів, які інвестори враховують перед початком інвестиційної діяльності, а привабливість інвестицій слід описувати як сукупність економічних умов, які можуть зацікавити інвестора для подальшого інвестування ресурсів.

Відомо, що найбільшими інвесторами України є Кіпр, Нідерланди, Сполучені Штати Америки, Великобританія, Польща, Німеччина та Австрія [1]. Для них наш інвестиційний сектор є більш привабливим завдяки вищим ставкам порівняно з європейськими країнами та значною динамікою обсягів банківської діяльності. Завдяки цьому Україна у 2020 році посіла 64 місце в рейтингу інвестиційної привабливості Doing Business 2020, покращивши позиції попереднього року на 7 пунктів [2].

Однією з основних проблем інвестиційної політики в Україні є нерівномірність її реалізації, це свідчить про те що її потрібно проводити в кожному регіоні країни з урахуванням його можливостей та потреб розвитку. Наприклад, у західних регіонах найкраще розвиватиметься курортно-туристична мережа, а також виробництва, що використовують нафту, газ та сірку. У східному регіоні доцільно провести реконструкцію галузей за новітніми технологіями, зокрема технічне переоснащення шахт. Найбільше інвестицій було здійснено у місті Київ, Дніпропетровській, Харківській та



Київській областях. Найменше – у Луганській та Івано-Франківській областях. Такий напрям іноземних інвестицій у регіональному контексті не сприяє збалансованому соціально-економічному розвитку регіонів, що розширює розрив у їх розвитку [3].

Зазначимо, що Україна має чималий інвестиційний потенціал, оскільки має розвинену інфраструктуру, вигідне географічне положення, багаті природні ресурси, сприятливий клімат, родючі ґрунти, а також численний рівень досліджень і розробок у багатьох галузях науки і техніки. Не слід забувати і про наявність дешевої, але кваліфікованої робочої сили. Не дивлячись на ці переваги, інвестиційна привабливість України на сьогодні є незадовільною, а інвестиційний клімат – ризикованим. Серед основних проблем, які стоять на заваді притоку інвестицій можна виокремити наступні:

1) військові дії на території країни, адже через окуповані території ми маємо великий відтік капіталів; також присутній колосальний ризик для інвестора, мова йде не лише про недоотримання або ж неотримання прибутку а й про втрату інвестованих ресурсів, взагалі;

2) значний податковий тягар, ставка податку на прибуток в Україні становить 18 %, а ставка податку на додану вартість – 20 %, що вище, ніж у більшості країн Центральної та Східної Європи;

3) тотальна корупція на всіх рівнях влади, недостатня прозорість процесів прийняття рішень органами виконавчої влади;

4) неспроможність механізмів забезпечення ринкових прав і свобод інвесторів та невисокий рівень захисту інвесторів.

На основі наведеної інформації можна зробити висновок, що для удосконалення інвестиційної привабливості України потрібно сформувати стійку державну політику у сфері іноземного інвестування, спрямовану на довгострокову перспективу, знизити податкове навантаження та забезпечити стабільність політичного середовища, згладжувати циклічні коливання економіки та знижувати рівень безробіття задля боротьби з інфляцією, впровадити механізм страхування ризиків іноземного інвестування, крім того необхідно створити аргументовану державну стратегію задіяння іноземних інвестицій враховуючи національні цілі та пріоритети. Правильне та раціональне розміщення іноземних інвестицій у різні галузі забезпечить розвиток економіки та підвищення престижу України у світі, що, у свою чергу, збільшить приплив іноземних інвестицій.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 17.03.2022).

2. Економічна правда. URL: <https://www.epravda.com.ua/news/2019/10/24/652909/> (дата звернення 17.03.2022).

3. Фурман І., Кропивницька І. Розвиток інвестиційної сфери в Україні. URL: http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2010/Economics/62666.doc.htm. (дата звернення 17.03.2022).



Івченко О.Г., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПП Економіка та управління підприємствами
Науковий керівник – **Гончарук О.В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та підприємництва ім. Т.Г. Беня
Український державний університет науки і технології

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ТЕПЛОПОСТАЧАЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Теплоенергетика є однією із провідних галузей в комунальній сфері будь-якої країни. Пріоритетом у системі теплопостачання є створення ринку теплової енергії, забезпечення теплом житлових будинки та інші споруди. Теплопостачання в будівлі України здійснюється від централізованих систем транспортування. Використання природного газу в котельнях сприяє можливості боротьби із забрудненням навколишнього середовища та атмосфери. Централізоване теплопостачання широко використовується і залишається основним способом опалення у багатоквартирних будинках України [1].

Проблеми розвитку житлово-комунального господарства й пошуку шляхів підвищення ефективності його функціонування, поліпшення якості житлово-комунальних послуг досліджувалися багатьма вітчизняними й російськими науковцями, зокрема, Л. Бражниковою, В. Дорошенком, Г. Онищуком, І. Осипенком, В. Полуяновим, Г. Ряховською, Г. Филюком та іншими. Питанням формування регіональної політики становлення недержавного сектора житлово-комунального господарства для поліпшення якості його послуг і забезпечення сталого розвитку ЖКГ регіонів України та економіко-правового забезпечення взаємовідносин контрагентів в сфері ресурсопостачання присвячено роботи й монографічні видання З. Герасимчука, Н. Хвищуна, Д. Логінова.

Для узагальнюючої оцінки ефективності підприємства, що надає послуги теплопостачання, запропоновано розраховувати інтегральний коефіцієнт техніко-екологічного розвитку, який включатиме в себе показник рівня (інтегральний коефіцієнт) техніко-екологічного розвитку та рівня економічного розвитку, які, у випадку оцінки теплопостачального підприємства, будемо вважати рівнозначними з точки зору вагомості.

Рівень техніко-екологічного розвитку пропонується визначати на основі системи показників, яка складається з 4 груп: ефективність транспортування теплової енергії, якість теплопостачання, надійність теплопостачання, екологічність теплопостачання.

Оскільки показники ефективності транспортування теплової енергії, якості, надійності та екологічності теплопостачання будуть побудовані на основі співставлення витрат, втрат, пошкоджень та інших негативних проявів процесу теплопостачання, то по суті вони будуть формувати коефіцієнт еколого-економічної ефективності (витратності) (табл. 1).

Ефективність транспортування теплової енергії пропонується оцінювати за



допомогою наступних показників: втрати теплової енергії в мережах; питомі витрати електроенергії на транспортування теплової енергії; питомі витрати води на підживлення теплових мереж; чисельність виробничого персоналу, залученого до технологічного процесу транспортування теплової енергії, на 1 км теплових мереж.

Таблиця 1

Показники ефективності підприємства, що надає послуги теплопостачання

Показник	Ваговий коефіцієнт
1. Показники ефективності транспортування теплової енергії	0,35
1.1. Втрати теплової енергії в мережах, %	0,40
1.2. Питомі витрати води на підживлення теплових мереж, м ³ /Гкал	0,25
1.3. Питомі витрати електроенергії на транспортування теплової енергії, кВт·год/Гкал	0,20
1.4. Чисельність виробничого персоналу, безпосередньо залученого до технологічного процесу транспортування теплової енергії, осіб/км теплових мереж	0,15
2. Показники якості теплопостачання	0,30
2.1. Відповідність (кореляція) між споживанням палива і температурою зовнішнього повітря	0,50
2.2. Загальна тривалість незапланованих (аварійних) перерв у транспортуванні теплової енергії з вини теплопостачальної організації, тривалість яких менше 6 годин	0,30
2.3. Кількість зареєстрованих виконавцем послуги звернень споживачів з питань невідповідності якості постачання теплової енергії умовам договорів	0,20
3. Показники надійності теплопостачання	0,25
3.1. Частка аварійних ділянок труб теплових мереж, %	0,30
3.2 Кількість пошкоджень трубопроводів теплових мереж на 1 км теплових мереж	0,40
3.3. Загальна кількість незапланованих (аварійних) перерв у транспортуванні теплової енергії з вини теплопостачальної організації, тривалість яких понад 6 годин	0,30
4. Показники екологічності теплопостачання	0,10
4.1. Питомі викиди оксидів азоту, кг/Гкал	0,86
4.2. Питомі викиди речовин у вигляді суспендованих твердих частинок, недиференційованих за складом (пилу), кг/Гкал	0,06
4.3. Питомі викиди парникових газів, кг/Гкал	0,06
4.4. Питомі викиди оксиду вуглецю, кг/Гкал	0,02

Якість теплопостачання пропонується оцінювати за допомогою наступних показників: відповідність (кореляція) між споживанням палива і температурою зовнішнього повітря; загальна тривалість незапланованих (аварійних) перерв у транспортуванні теплової енергії з вини теплопостачальної організації, тривалість яких менше 6 годин; кількість зареєстрованих виконавцем послуги звернень споживачів теплової енергії/послуги з постачання теплової енергії з питань невідповідності якості постачання умовам договорів.

Надійність теплопостачання пропонується оцінювати за допомогою



наступних показників: частка аварійних ділянок труб теплових мереж; кількість пошкоджень на рік на 1 км теплових мереж; загальна кількість незапланованих (аварійних) перерв у транспортуванні теплової енергії з вини теплопостачальної організації, тривалість яких понад 6 годин.

До показників екологічності теплопостачання пропонуємо віднести: питомі викиди оксидів азоту; питомі викиди речовин у вигляді суспендованих твердих частинок, недиференційованих за складом (пилу); питомі викиди парникових газів (діоксиду вуглецю, оксиду азоту і метану) у перерахунку на еквівалент діоксиду вуглецю; питомі викиди оксиду вуглецю. Усі показники цієї групи розраховуються на 1 Гкал відпущеної теплової енергії.

Запропонована система показників ефективності роботи підприємства, що надає послуги теплопостачання, була розроблена на підставі методики розроблення схем теплопостачання населених пунктів України.

З метою врахування економічної складової пропонується застосовувати коефіцієнт стійкості економічного зростання підприємств. Показник розраховується як співвідношення приросту резервного капіталу і нерозподіленого прибутку до суми власного капіталу. Бажаним є високе значення показника. Воно свідчить про те, що відбувається зростання власного капіталу за рахунок реінвестування чистого прибутку компанії [3].

Проте, в умовах сучасних теплопостачальних підприємств коефіцієнт стійкості економічного зростання не зможе охарактеризувати розвиток, оскільки нерозподілений прибуток та власний капітал часто мають від'ємні значення. Тому запропоновано в якості показника, який характеризує економічне зростання в умовах підприємства, що надає послуги теплопостачання, використовувати темп зростання чистого доходу на одиницю відпущеної теплової енергії.

Інтегральний коефіцієнт розвитку пропонується розраховувати множенням коефіцієнта техніко-екологічного розвитку та коефіцієнта стійкості економічного зростання. Зростання показника свідчить про наявність розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Глушко Ю.Ю. Опалення: навч. посіб. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/news/%D0%9D%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D0%BD%D0%B8/2020/04/28/2opalennya.pdf> (дата звернення: 14.01.2022).

2. Методика розроблення схем теплопостачання населених пунктів України. URL: <https://www.minregion.gov.ua/base-law/grom-convers/elektronni-konsultatsiyi-z-gromadskistyuu/proekt-nakazu-minregionu-pro-zatverdzhennya-metodiki-rozroblennya> (дата звернення: 14.01.2022).

3. Кобилецький В.Р. Коефіцієнт стійкості економічного зростання. Онлайн-журнал «Financial Analysis online». URL: <https://www.finalon.com/slovnik-ekonomichnikh-pokaznikiv/343-pokaznik-stijkosti-ekonomichnogo-zrostannya> (дата звернення: 14.01.2022).



Ілляшенко С.М., д.е.н., професор, професор кафедри економіки бізнесу і міжнародних економічних відносин,
*Національний технічний університет «ХП»;
Економіко-гуманітарний університет, м. Бельсько-Бяла, Польща*

Шипуліна Ю.С., д.е.н., професор,
професор кафедри маркетингу,
Національний технічний університет «ХП»

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНОЮ ІННОВАЦІЙНОЮ ПОЛІТИКОЮ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЧЕТВЕРТОЇ ПРОМИСЛОВОЇ РЕВОЛЮЦІЇ

В наш час набирає силу четверта промислова революція (ІР4), технології якої спричиняють кардинальні зміни практично у всіх сферах людської діяльності: економіці, державному управлінні, побуті, медицині, освіті тощо. Ці зміни є особливо значними у галузі промисловості, розвиток якої впливає на темпи НТП в інших галузях національної економіки. Впровадження технологій ІР4 дозволяє різко підвищити продуктивність промислового виробництва, а також конкурентоспроможність як окремих підприємств, так і національних економік, забезпечує умови їх інноваційного зростання.

Проте є і інша сторона цього процесу: згортання традиційних виробництв, галузей та ринків і виникнення нових; функціональне безробіття; соціально-економічні потрясіння в країнах, які не змогли своєчасно зреагувати на зміну техніки і технологій, методів управління тощо. З позицій окремих підприємств виникає дисбаланс між внутрішніми можливостями розвитку і зовнішніми, які швидко змінюються.

Практика свідчить, що ефективним способом приведення у відповідність до зовнішніх внутрішніх можливостей розвитку є створення (як варіант - придбання на стороні патентів, стартапів, ліцензій на виготовлення тощо) і впровадження (комерціалізація) інновацій. У контексті викладеного – інновацій, що базуються на інформаційно-комунікаційних технологіях ІР4 і дозволяють реалізувати їх переваги, закласти підвалини інноваційного зростання (в т.ч. у руслі концепції інноваційного випередження) конкретних підприємств на національному чи міжнародних ринках.

Зважаючи на викладене запропоновано підхід до управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства, який враховує особливості економічного розвитку спричинені ІР4. Вибір конкретних варіантів товарної інноваційної політики передбачено здійснювати у кілька взаємопов'язаних етапів.

1. Аналіз факторів зовнішнього (макро- і мікро-) і внутрішнього середовища, що окреслюють перспективні напрями інноваційного розвитку підприємства. До зовнішніх факторів віднесено: світові тенденції розвитку і впровадження техніки і технологій ІР4; тенденції розвитку і впровадження техніки і технологій ІР4 у галузі аналізованого підприємства, а також у галузі основних груп споживачів (фактичних і потенційних); існуючі та прогнозовані



(латентні) проблеми основних груп споживачів (фактичних і потенційних) спричинені ІР4; інноваційна культура економічних контрагентів (у першу чергу споживачів) та контактних аудиторій на цільових ринках (фактичних чи потенційних). До внутрішніх факторів віднесено: потенціал інноваційного розвитку підприємства; його інноваційна культура. Зібрані і систематизовані інформація і знання є основою прийняття стратегічних рішень з управління інноваційним розвитком.

2. Визначення перспектив розвитку галузі аналізованого підприємства в умовах ІР4. Виконується експертним методом на основі порівняння тенденцій розвитку галузі і загальносвітових тенденцій. Залежно від їх співвідношення виділяють можливі напрями розвитку [1]:

- випереджаючий (тенденції розвитку аналізованої галузі випереджають загальносвітові);
- на рівні лідера (галузь розвивається у руслі світових тенденцій);
- наздоганяючий (розвиток галузі відстає від світових тенденцій);
- згортання (галузь не має перспектив в існуючих умовах).

Виконаний таким чином аналіз перспектив розвитку дозволяє обґрунтовано оцінити доцільність і можливий напрямок продовження діяльності підприємства в аналізованій галузі, або ж переорієнтації на іншу галузь (започаткування нової галузі).

3. Обґрунтування перспективних напрямів інноваційного розвитку підприємства (див. п. 2) та конкретизація в їх рамках варіантів товарної інноваційної політики:

- створення радикальних (піонерних) інновацій, які можуть започаткувати нову галузь (сукупність галузей);
- введення нової товарної лінії чи виведення існуючої;
- модифікації існуючої товарної лінії (ліній): витягування вгору чи вниз; скорочення вгору чи вниз;
- модифікації (властивостей, дизайну) чи репозиціонування існуючих товарних одиниць тощо.

Виконується на основі порівняння рівнів інноваційної культури аналізованого підприємства і суб'єктів інноваційного процесу на цільових ринках (методичні засади оцінки рівнів і їх порівняння викладено у [2, 4]). При цьому ураховують можливості вирішення фактичних чи потенційних (очікуваних) проблем споживачів при реалізації обраних варіантів товарної інноваційної політики.

Аналіз і порівняння інноваційної культури суб'єктів цільового ринку і аналізованого підприємства-інноватора дозволяє визначити спроможність і готовність перших сприйняти і використовувати інновації у своїй діяльності, а також спроможність і готовність других (товаровиробників) створити, виготовити і комерціалізувати інновації.

4. Оцінка достатності потенціалу інноваційного розвитку підприємства для реалізації обраного варіанта (варіантів) товарної інноваційної політики (за



відомою методикою [4]), або ж можливості його підвищення (за умов недостатності його рівня). Виконується як за окремими складовими (їх елементами), так і за потенціалом інноваційного розвитку у цілому. У випадку неможливості забезпечення достатнього рівня потенціалу інноваційного розвитку для реалізації обраного варіанту товарної інноваційної політики, проводять перегляд/уточнення напрямів інноваційного розвитку, а в їх руслі - варіантів товарної інноваційної політики.

5. Деталізація товарної інноваційної політики, зокрема, стосовно:

- характеристик обраних цільових ринків, їх сегментів чи ніш;
- послідовності виконання і змісту робіт її етапів;
- необхідних ресурсів (техніко-технологічних, маркетингових, логістичних, фінансових, людських, часових тощо);
- порядку проведення контролю за реалізацією, визначеними умовами перегляду і внесення необхідних коректив, обраними критеріями ефективності реалізації тощо.

Визначено зміст процедур виконання робіт для кожного з зазначених вище етапів. Розроблено алгоритм управління за формалізованими процедурами розробленням і реалізацією товарної інноваційної політики промислового підприємства.

Отримані результати поглиблюють методичні засади інноваційного менеджменту і маркетингу інновацій, зокрема, в частині урахування особливостей управління товарною інноваційною політикою промислового підприємства в умовах техніко-технологічних трансформацій спричинених четвертою промисловою революцією. Їх практична реалізація дозволить підвищити рівень обґрунтованості і ефективність управління інноваційним розвитком вітчизняних підприємств, знизити супутні ризики, забезпечити умови посилення їх ринкових позицій на вітчизняному і зарубіжних ринках.

Подальші дослідження повинні бути спрямованими на розроблення організаційних засад управління товарною інноваційною політикою підприємства в умовах зміни технологічних укладів і розгортання четвертої промислової революції.

Список використаних джерел:

1. Ілляшенко Н.С. Управління випереджаючим інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія. Суми : Триторія. 2019. 504 с.
2. Шипуліна Ю.С. Управління формуванням інноваційної культури промислових підприємств: монографія. Суми: ТОВ «Триторія». 2017. 432 с.
3. Ілляшенко С.М., Шипуліна Ю.С. Факторний аналіз стану інноваційної культури підприємства. *Економічний часопис XXI*. 2014. № 3-4. С. 31-34.
4. Шипуліна Ю.С. Показники, критерії і методика діагностики інноваційного потенціалу промислового підприємства. *Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку*: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. С.М. Ілляшенка. Суми: ВТД «Університетська книга». 2006. С. 321-349.



Кернасюк Ю. В., к.е.н, завідувач сектору економічних досліджень та аналізу науково-інноваційного потенціалу, *Інститут сільського господарства Степу НААН*

НАУКОВІ ПАРКИ ЯК ФАКТОР ІННОВАЦІЙНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток науки та інноваційного процесу відіграє головну роль в стійкому зростанні технологічного розвитку та просуванні товару на світові ринки, де інновації є основним аспектом економічного зростання. Особливістю теоретичного вивчення значущості типології факторів економічного зростання є можливість дослідження природи зростання, виявлення співвідношень між групами факторів і особливості дії окремих факторів. Розгляд факторів економічного зростання дає можливість зрозуміти чому одні країни схильні до швидких темпів розвитку і ефективної економічної системи, а інші мають повільні темпи зростання [1].

Інновації мають різний вплив на економіку: від зростання продуктивності до зайнятості, заробітної плати, прибутку, нерівності доходів і добробуту. Ці ефекти можуть відрізнятися в різних секторах, країнах, рівнях розвитку та фазах ділового циклу. Результативність від впливу прямих і непрямих наслідків інновацій в значній мірі залежить від існуючої науково-інноваційної системи.

У ХХІ столітті джерелом економічного зростання стає наукова продукція, а рушійною силою – механізм її створення і комерційного використання. Інноваційна модель, яка побудована на економіці знань, не має альтернативи в сучасній стратегії розвитку, де науково-технічний прогрес розглядається як головний чинник розвитку економіки й характеризується високим впливом науки і техніки на розвиток виробництва. Тобто наука розглядається як високотехнологічна сфера економіки, яка будується на економічній базі знань – інноваціях [2].

Сучасна економіка ХХІ століття це, насамперед, економіка знань, характерною рисою якої є розвиток високих технологій: інформаційно-комунікаційних, енергетичних, біомедичних, технологій створення нових матеріалів й ін. Протягом останніх 15-20 років компанії, що працюють у цих сферах, активно нарощують свою частку у світовому ВВП, демонструючи високі темпи зростання, динамічно розвиваються й мають підвищений ступінь інвестиційної привабливості. Виникнення таких компаній спричинило появу специфічної форми інноваційного підприємництва технологічного підприємництва (*technology entrepreneurship*), як досить важливого світового феномену, що сприяє придбання нових конкурентних переваг не тільки на рівні окремого економічного суб'єкта, а й на рівні регіону і країни в цілому. Основна суть технологічного підприємництва полягає у тому, що воно виступає сполучною ланкою між наукою й бізнесом і забезпечує трансформацію фундаментальних наукових знань у прикладні технології [3].

На думку вчених вітчизняна економіка продовжує базуватись на сировинних галузях і виробництві продукції з низькою доданою вартістю, адже досі не створено дієвого механізму забезпечення технологічних змін у



промисловості. Значно ослабнули за останні роки зв'язки між сектором досліджень і промисловістю, здебільшого вони мають формалізований несистематичний характер, що обумовлює існування технологічних «пасток» між ланками інноваційного процесу. Ці негативні ефекти підсилює існуюча в країні інституційно-ієрархічна система організації науково-технологічної діяльності та фінансування досліджень. Якщо у радянські часи науку, виробничий сектор і вищу освіту пов'язували в єдиному ланцюзі організованого управління, то таке державне управління наразі в країні відсутнє. В ринкових умовах господарювання держава не може впливати на економічних агентів адміністративним чином, органи влади мають тільки політично, законодавчо і ресурсно сприяти інноваційному розвитку, а налагодження взаємодій між учасниками інноваційного процесу повинно здійснюватися ними самостійно на основі узгодження індивідуальних інтересів і цілей. Для вирішення цих проблем необхідно створити такий організаційно-економічний механізм взаємодії всіх учасників інноваційного процесу, який би забезпечував розробку і доведення нових знань і технологій до стадії їх апробації у виробничому процесі, підвищення конкурентоспроможності промисловості за рахунок комерціалізації результатів НДДКР. Досвід розвинених країн свідчить, що однією з успішних форм співпраці науки, освіти, виробництва і бізнесу є наукові парки – один з основних різновидів інноваційної інфраструктури [4].

Наукові парки виникли в середині минулого століття. Вони були створені з метою збільшення можливостей і прибутковості комерціалізації університетських досліджень, а також для задоволення потреб науковців, які займаються інноваційним підприємництвом і нині є звичним світовим явищем.

У сучасному глобалізованому світі наукові парки стали одним із найбільш ефективних інструментів впливу на розвиток інноваційних процесів. Наукові парки створюють інституційне середовище, яке сприяє кращому обміну знаннями, передачі технологій, розвитку підприємництва, ринковим інноваціям і стимулюванню інвестицій шляхом формування мережі зв'язків між науковими установами, промисловими компаніями та фінансовими партнерами. Як наслідок, наукові парки можуть відігравати провідну роль у підвищенні конкурентоспроможності економіки, створенні робочих місць та сприянні сталому економічному розвитку, заснованому на інноваціях.

Науковий парк – юридична особа, що створюється з ініціативи вищого навчального закладу та/або наукової установи шляхом об'єднання внесків засновників для організації, координації, контролю процесу розроблення і виконання проектів наукового парку [5].

Наукові парки, як правило, традиційно розміщуються поблизу наукових установ та університетів і приваблюють велику кількість технологічних компаній. Основна мета наукового парку полягає у сприянні розвитку бізнесу, підприємців, стартапів у таких галузях, як інформаційно-комунікаційні технології, штучний інтелект, машинне навчання, Інтернет речей, біотехнології,



віртуальна реальність, робототехніка тощо. При цьому, переважна більшість наукових парків створюється на основі врахування інтересів та напрямків діяльності декількох організацій. Водночас, кожна з них може мати свої пріоритети та цілі, в межах яких здійснює діяльність науковий парк.

Загалом, на наше переконання, науковий парк – це перш, за все, інноваційно орієнтована організація, якою керують професійні фахівці, головним завданням яких є збільшення добробуту своєї спільноти шляхом сприяння поширенню культури інновацій, а також підвищення рівня конкурентоспроможності пов'язаних з ним підприємств та інституцій, заснованих на знаннях та наукових дослідженнях. Звідси можна зробити висновок, що наукові парки є специфічним типом бізнес-парків. Наукові парки – це кластери підприємств і установ науково-технічної спрямованості, розташованих разом на спеціально виділених для цих цілей територіях.

Формування мережі наукових парків є стратегічним тригером, що здатний запустити процес розвитку національного інноваційного середовища. Фундаментальна основа вказаного середовища має наступну схему: нова прогресивна ідея (інновація), дослідний зразок, патентування об'єкту інтелектуальної власності, масштабне (або дрібносерійне) гнучке високотехнологічне виробництво, виведення конкурентоспроможних товарів та послуг на внутрішні та зовнішні ринки.

У наступне десятиліття наукові парки відіграватимуть значну роль у залученні талановитих вчених та венчурних інвестицій для створення нових інноваційних галузей як ключової частини глобальної стратегії щодо розвитку «економіки знань». Наукові парки – це ефективний спосіб стимулювати культуру інновацій та розвивати взаємозв'язані, засновані на знаннях і технологіях бізнес-проекти. Інфраструктура наукового парку створює особливу екосистему спеціалістів галузі, які входять до сфери «економіки знань», яка, у свою чергу, залучає та підтримує інновації та інвестиції.

Список використаних джерел:

1. Крамаренко А. В. Суть та структура економічних факторів розвитку глобальних інноваційних мереж. *Економічний простір*. 2019. №147. С. 30-48. DOI 10.30838/P.ES.2224.040719.30.546

2. Жук В. М. Економіка інноваційної діяльності НААН. *Вісник Центру наукового забезпечення АПВ Харківської області: науково-виробничий збірник*. Випуск 14. Харків: Друкарня ФОП Малахін О.О., 2013. С. 222-233.

3. Сараєва І. М., Носова Н. І. Передумови розвитку технологічного підприємництва в Україні. *Економічні інновації*. 2017. №63. 260-267.

4. Ляшенко В., Землянкін А., Підоричева І. та ін. Перспективи розвитку наукових парків як елементів інфраструктури малого інноваційного підприємництва в Україні. *Вісник економічної науки України*. 2012. №2. С. 71-90.

5. Про наукові парки: Закон України № 1563-VI від 1 лютого 2020 р. (із змінами). *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1563-17#Text>





Кривошея В.В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Фінанси, банківська справа і страхування
Науковий керівник – **Зоря О.П.**, д.е.н., професор,
професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Аграрний сектор в економіці будь-якої країни, побудований на функціонуючому ринку землі, відіграє надзвичайно важливу соціально-економічну та екологічну роль як один із найцінніших активів правової інфраструктури будь-якого суспільства. Проте на даному етапі свого розвитку аграрний сектор економіки України, який за 30 років так і не перетворився на такий ефективний, як Данії чи Бельгії, потребує негайного та цілеспрямованого втручання уряду. Інвестиційна політика держави має бути цілісною, орієнтованою на загальний розвиток соціально-економічної системи в аграрних районах, досягнення соціально-економічної стабільності та підвищення добробуту села.

Особливо гостро сьогодні постає проблема ефективної розробки та впровадження в дію власної інвестиційної системи. Розробка та реалізація стратегій та планів розвитку аграрного сектору протягом останніх 25 років лише поглибили кризу в сільській місцевості. Причиною цього є відсутність науково-раціональних інвестиційних моделей та системної інвестиційної політики для структурних перетворень сільського господарства, чіткого визначення етапів реалізації структурних перетворень та врахування процесу глобальної інтеграції. Реструктуризація аграрного сектору передбачає значні інвестиційні ресурси, які мають надходити від внутрішніх установ.

Правильно побудована структура аграрного сектору економіки має важливе значення для економічного та соціального розвитку в Україні. Структурна побудова аграрного сектору має багатостороннє поняття. Таке визначення трактує структуру як співвідношення різних елементів взаємодії в аграрному секторі [1].

Структуру аграрного сектору можна поділити за декількома критеріями:

- за галузевим – співвідношення між галузями сільського господарства – тваринництвом і рослинництвом;
- за ступенем переробки – співвідношення між виробництвом сировинних продуктів та продуктів готових до споживання;
- за формою власності суб'єктів – співвідношення між приватними, державними та колективними формами власності суб'єктів господарювання [2].

Метою змін у інвестиційному процесі є досягнення цілей стабільного економічного розквіту. Це можливо досягти через трансформацію аграрного виробництва в країні та підвищення платоспроможності та конкурентоздатності.

До головних рис структурної недосконалості сектору, що базується на



агровиробництві можна віднести:

- сировина для виробництва в значній частці постачається з-за кордону;
- високий процент кредитних платежів у структурі витрат;
- висока концентрація земель сільськогосподарського призначення в одному агрохолдингу;
- високий процент частки підприємств з іноземним капіталом;
- низький відсоток автоматизації виробництва.

За всі роки незалежності України так і не було реалізовано такої державної інвестиційної політики, злагодженої та врегульованої, яка би сприяла збалансуванню структури аграрного сектору [3].

Активна інвестиційна діяльність у реструктуризації аграрного сектора повинна дозволити країнам широко використовувати всі фінансово-економічні (монетарні та фіскальні) важелі для прискорення поступових структурних змін в аграрному секторі. Через затяжну кризу інвестиційної діяльності в аграрному секторі ринок не може ефективно подолати структурні диспропорції в економічній діяльності, що призводить до необхідності активної інвестиційної діяльності. Безпосереднім суб'єктом інвестиційної діяльності мають бути державні інституції, що потребує низки економічних проблеми, у тому числі пов'язані з імміграцією та скороченням населення. Активної підтримки з боку держави потребують і агробізнеси, які впроваджують у своє виробництво високотехнологічні та інноваційні технології, оскільки несприятливі умови інвестування роблять Україну неконкурентоспроможною на світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Шараєнко О. Розробка державної політики. Аналітичні записки // Вдосконалення механізму залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України. К., 2011.
2. Топ-10 найбільш привабливих галузей української економіки для інвестицій. URL : <http://nikvesti.com/articles/111617>.
3. Лупенко Ю.О., Захарчук О.В. Інвестиційне забезпечення інноваційного розвитку сільського господарства України. *Економіка АПК*. 2018. № 11.





КЛАСТЕРНА МОДЕЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Розвиток суб'єктів аграрного підприємництва в сучасних умовах господарювання пов'язаний із не лише із реалізацією інноваційної стратегії, але й з освоєнням нових напрямів діяльності, диверсифікацією виробництва, а також кооперацією та інтеграцією підприємницьких структур. Однією із перспективних моделей кооперування та інтеграції сільськогосподарських виробників є створення аграрних та агротуристичних кластерів.

За своєю суттю кластер є об'єднанням активних та зацікавлених структур у певній галузі для підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення прибутковості, мінімізації стримувальних та обмежувальних факторів і розвитку галузі загалом [1].

Особливість кластерів у тому, що вони є водночас вертикально та горизонтально інтегрованими структурами, які забезпечують ефективну взаємодію та поєднання економічних інтересів суб'єктів господарювання різних сфер діяльності. Кластери забезпечують злагоджену роботу всіх ланок продуктового ланцюга, також можуть об'єднувати декілька продуктових ланцюгів. Головною метою кластера є формування його конкурентних переваг за допомогою інтеграції на єдиному інформаційному просторі науки та бізнесу для забезпечення тісної взаємодії між ними [2].

Перевагами кластерної моделі розвитку аграрного підприємництва є:

- узгодження і взаємодія розрізаних проектів та окремих видів діяльності;
- активізація суб'єктів малого і середнього бізнесу;
- економія витрат на освоєння ринків;
- налагодження ефективних комерційних відносин;
- підвищення кадрового потенціалу галузі та стимулювання інновацій за рахунок синергетичного ефекту від співпраці виробничих, освітніх, науково-дослідних та інших структур кластера.

Кластери характеризуються не лише певною локалізацією підприємств та унікальними умовами конкретного регіону, але й збереженням учасниками кластера повної юридичної самостійності та конкурентних відносин. Проте ці відносини зазнають певних видозмін. Зокрема, економічне суперництво доповнюється співпрацею, яка спрямована на вирішення спільних для всіх учасників проблем. Крім того, завдяки збереженню конкуренції у межах кластера забезпечується швидке поширення інновацій.

За твердженням фахівців створення кластерів не вимагає значних фінансових затрат, а базується насамперед на організаційних зрушеннях [1].

Кластерна модель взаємодії суб'єктів малого аграрного підприємництва



дасть можливість вирішити наступні завдання:

- створити умови для ефективної і координованої співпраці з органами влади на засадах публічно-приватного партнерства, в тому числі у напрямі узгодженої реалізації розрізнених проектів регіонального розвитку;
- досягти економії витрат на освоєння ринків, закупівлю необхідних ресурсів, проведення наукових досліджень, консалтингові послуги;
- налагодити ефективні комерційні відносини, обмін аналітичною та комерційною інформацією;
- підвищувати кадровий потенціал аграрної галузі, за рахунок участі у формуванні освітніх програм аграрних закладів вищої освіти, організації спільних конференцій, стажувань персоналу, замовлення консалтингових послуг;
- впроваджувати нові технології, стимулювати інноваційний розвиток учасників за рахунок синергетичного ефекту від співпраці виробничих, освітніх, науково-дослідних та інших структур кластеру;
- розбудовувати спільну логістичну інфраструктуру та здійснювати спільне просування продукції учасників кластеру на внутрішній та зовнішній ринки.

Львівська область, завдяки своєму природно-ресурсному та рекреаційному потенціалу, освітньо-культурному середовищу, географічному розміщенню, розвинутій ринковій інфраструктурі, підприємницькій культурі і традиціям має унікальні можливості для створення різних типів кластерів: аграрних, агроіндустріальних, агротуристичних, агроінноваційних, органічних тощо.

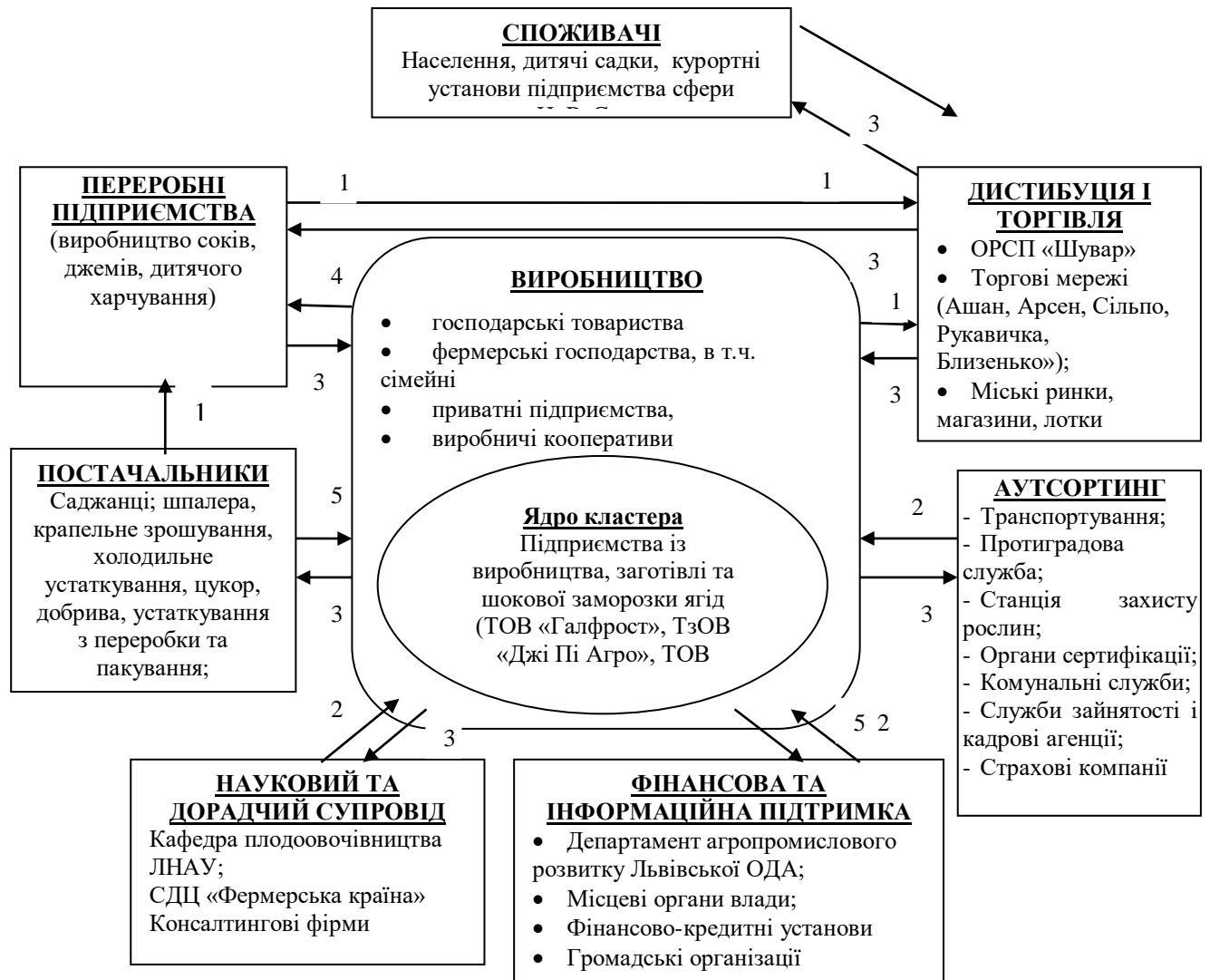
Базою для утворення таких кластерів є численні фермерські господарства регіону та спеціалізовані сільськогосподарські та переробні підприємства. Також необхідною умовою розвитку кластерної моделі господарської діяльності є залучення до складу його учасників регіональних та місцевих органів влади, дорадчих служб, науково-дослідних установ, закладів вищої освіти, постачальників ресурсів, фінансово-кредитних установ, консалтингових фірм, оптових та роздрібних ринків сільськогосподарської продукції, підприємств суміжних галузей діяльності, торгових мереж тощо. При цьому, як засвідчує світовий досвід, ефективною платформою для створення кластерів, їх ініціатором, організатором і промоутером можуть стати громадські організації.

Сьогодні у Львівській області вже успішно функціонує агротуристичний кластер «Горбогори», який започаткував співпрацю аграрних та туристичних підприємств Пустомитівського району Львівської області та м. Львова. За прикладом побудови даного кластеру нами пропонується модель кластерної організації суб'єктів аграрного підприємництва: у сфері виробництва ягід (рис. 1). Відзначимо, що дана галузь в регіоні досить розвинута та забезпечує значні обсяги постачання свіжих та заморожених ягід суб'єктам сфери HoReCa, а також на експорт.

Успішний розвиток кластерної форми організації аграрного бізнесу



потребує формування належного нормативно-правового поля та широкої популяризації. Зусилля регіональних та місцевих владних структур повинні бути спрямовані на організаційно-економічну підтримку ініціатив суб'єктів господарювання щодо створення кластерів, належний інформаційний супровід їх діяльності, часткове фінансування будівництва інфраструктурних об'єктів.



1-товари (продукція); 2- послуги; 3-замовлення; 4 – сировина; 5 - ресурси

Рис. 1. Модель кластеру з виробництва ягідної продукції у Львівській області

Серед головних завдань держави: забезпечення інтеграції науки і виробництва, здійснення державних закупівель продукції в ефективно працюючих аграрних кластерах, сприяння розвитку партнерських відносин між бізнес-структурами, освітніми і науковими закладами щодо реалізації спільних проектів.

Кластерна модель є основою системного розвитку регіону, оскільки дозволяє мобілізувати наявний ресурсний потенціал економічних суб'єктів і забезпечити ефективно об'єднання регіональної, промислової, інноваційної, науково-технічної, освітньої політики, а також залучення інвестицій.



Список використаних джерел:

1. URL: <http://agro-business.com.ua/agro/ekspertna-dumka/item/8193-klaster-na-orhanizatsiia-ahrarii-v-zvolikaty-ne-mozhna-obiednuvatysia.html>
2. Надвичний С.А. Формування кластерів в аграрній сфері національної економіки в умовах глобалізації. *Економічний аналіз*. 2018. Том 28. № 2. С. 30-35.





СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВІ ГАРАНТІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ У СФЕРІ ПРАЦІ

З метою належної реалізації конституційного права на працю, виключення гендерної дискримінації, де кожна працездатна людина має рівні права та можливості, є вкрай важливим завданням для формування громадянського суспільства та правової держави. Гендерна рівність розглядається, як рівний правовий статус жінок і чоловіків, а також рівні можливості для його реалізації, що дозволяє особам обох статей брати однакову участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Конституція України визначає, що усі люди є вільні і рівні у своїй гідності та правах. Права і свободи людини є невідчужуваними та непорушними. Рівність прав жінки та чоловіка забезпечується у тому числі і наданням жінкам рівних з чоловіками можливостей у праці та винагороді за неї, спеціальними заходами щодо охорони праці і здоров'я жінок, встановленням пенсійних пільг, створенням умов, які дають жінкам можливість поєднувати працю з материнством, правовим захистом, матеріальною і моральною підтримкою материнства і дитинства, включаючи надання оплачуваних відпусток та інших пільг вагітним жінкам і матерям [1].

Дискримінація за ознакою статі розглядається, як ситуація, за якої особа або група осіб за ознаками статі, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами або привілеями в будь-якій формі, встановленій Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», крім випадків, коли такі обмеження або привілеї мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними [2]. Дотримання гендерної рівності у соціально-економічній сфері, зокрема, рівність прав при працевлаштуванні, просуванні по роботі, підвищенні кваліфікації та перепідготовці, одержанні винагороди за працю, а також зайнятті підприємницькою діяльністю гарантується Законом України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» [3].

Жінкам і чоловікам забезпечуються рівні права та можливості у працевлаштуванні, просуванні по роботі, підвищенні кваліфікації та перепідготовці. Не є дискримінацією за ознакою статі у сфері праці спеціальні тимчасові заходи, що мають правомірну обґрунтовану мету та спрямовані на досягнення збалансованого співвідношення жінок і чоловіків у різних сферах трудової діяльності.

Головним обов'язком роботодавця у відповідності до норм чинного законодавства є: створення умов праці, що дозволяють жінкам і чоловікам на рівній основі здійснювати трудову діяльність; забезпечувати жінкам і чоловікам можливість суміщати трудову діяльність із сімейними обов'язками; вживати



заходів щодо створення безпечних для життя і здоров'я умов праці; здійснювати рівну оплату праці жінок і чоловіків при однаковій кваліфікації та однакових умовах праці тощо. У регулюванні соціально-трудоких відносин до колективних договорів включаються положення, що забезпечують рівні права та можливості жінок і чоловіків [5].

Проте, слід наголосити, що законодавством України передбачено перелік робіт, на яких забороняється застосовувати працю жінок [4]: на важких роботах і на роботах із шкідливими або небезпечними умовами праці, на підземних роботах, крім деяких підземних робіт (нефізичних робіт або робіт, пов'язаних з санітарним та побутовим обслуговуванням), а також залучення жінок до підіймання і переміщення речей, маса яких перевищує встановлені для них граничні норми, відповідно до переліку важких робіт і робіт із шкідливими і небезпечними умовами праці, граничних норм підіймання і переміщення важких речей, що затверджуються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я.

Щодо праці вагітних жінок та жінок, які мають дітей, то: не допускається залучення до робіт у нічний час, до надурочних робіт і робіт у вихідні дні і направлення у відрядження вагітних жінок і жінок, що мають дітей віком до трьох років; жінки, що мають дітей віком від трьох до чотирнадцяти років або дітей з інвалідністю, не можуть залучатись до надурочних робіт або направлятись у відрядження без їх згоди; передбачено переведення на легшу роботу вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років; забороняється відмовляти жінкам у прийнятті на роботу і знижувати їм заробітну плату з мотивів, пов'язаних з вагітністю або наявністю дітей віком до трьох років, а одиноким матерям – за наявністю дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю; звільнення вагітних жінок і жінок, які мають дітей віком до трьох років (до шести років), одиноких матерів при наявності дитини віком до чотирнадцяти років або дитини з інвалідністю з ініціативи роботодавця не допускається, крім випадків повної ліквідації підприємства, установи, організації, коли допускається звільнення з обов'язковим працевлаштуванням.

Важливим соціально-правовим механізмом забезпечення гендерної рівності у сфері праці є наявність у трудових відносин умови реалізації права на матеріальне забезпечення, а також являється підставою для встановлення диференційованих розмірів такого забезпечення різних категорій працівників. Тому, в першу чергу, слід визнати за необхідність проведення гендерної експертизи трудового законодавства в частині врегулювання прогалин та правових колізій у правовому механізмі забезпечення рівних можливостей жінок і чоловіків у сфері зайнятості, оплати праці, можливості кар'єрного зростання тощо [6].

Таким чином, соціально-правові гарантії забезпечення гендерної рівності у сфері праці полягають у правовому врегулюванні та розв'язанні низки соціально-економічних проблем. Дотримання конституційного принципу



рівності прав жінки і чоловіка має забезпечувати рівний доступ до усіх видів діяльності, рівні права та можливості жінок і чоловіків на ринку праці, попередження безробіття, оцінки загальної потреби у робочих місцях, а також формування ринку професій як для чоловіків, так і для жінок.

Список використаних джерел:

1. Конституція України від 28.06.2008 № 254к/96-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>.
2. Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні: Закон України від 06.09.2012 № 5207-VI. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5207-17#Text>.
3. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>.
4. Про охорону праці: Закон України від 14.10.1992 № 2694-XII <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2694-12#Text>
5. Про затвердження Методичних рекомендацій щодо включення до колективних договорів та угод положень, що забезпечують рівні права та можливості жінок і чоловіків у трудових відносинах. URL : <https://www.msp.gov.ua/projects/461/>.
6. Правові аспекти рівності жінок і чоловіків у сфері соціального забезпечення. URL : https://minjust.gov.ua/m/str_48.





Лейчук Р.М., здобувач вищої освіти
СВО магістр, ОПШ Державна служба.
Науковий керівник – **Повна С.В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту та державної служби,
Національний університет «Чернігівська полтехніка»

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В АКТИВІЗАЦІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ ПРОЄКТІВ І ПРОГРАМ ПІДПРИЄМСТВ

В мінливих умовах економічного розвитку суспільства, якому притаманне поглиблення інноваційних процесів, стрімкий розвиток технологій і галузевих ринків, підприємства мають бути налаштовані на усвідомлення необхідності змін та їх постійне, структуроване і злагоджене впровадження. Економічний розвиток суб'єктів, що функціонують в умовах ринкової економіки, є можливим за умови адаптації їх внутрішнього середовища до актуальних змін. Складність таких перетворень зумовлює необхідність відповідних своєчасних та комплексних змін у діяльності, а саме: (1) у технологіях, що використовуються; (2) у методах управління; (3) у вимогах до компетенції фахівців; (4) у формі взаємодії із зовнішнім середовищем.

Управління змінами стає однією з основних складових усієї системи управління. Здатність розробляти і реалізувати зміни є головним фактором ефективного функціонування та стабільного розвитку сучасних підприємств. В рамках управління змінами, як збалансованої системи управління ресурсами (матеріальними, технічними, інформаційними, людськими тощо), які пов'язані з організаційними змінами, сам процес проектування або програмного розвитку підприємства є першочерговим, підготовчим та стратегічно важливим етапом в соціально-економічному розвитку кожного підприємства. При цьому необхідно так впорядкувати організаційно-структурні характеристики (структуру, завдання, систему заохочень), щоб зросла ефективність підприємства [1].

Проєкт створюється як обмежена в часі, ресурсах та вимогах якості сукупність процесів підприємства, яка направлена на досягнення унікальних завдань щодо створення нової споживчої цінності [2]. Сукупність різних проєктів складають програму розвитку (або портфель проєктів). Як, наприклад, Чернігівська обласна програма «Створення Регіонального агентства з розвитку сільськогосподарської кооперації», що може реалізовуватися за рахунок коштів з державного бюджету, отриманих від Європейського Союзу [3].

Уміння та навички розробки та реалізації проєктів або програмного розвитку соціально-економічної діяльності підприємства є невід'ємним та ефективним інструментом ведення сучасного бізнесу та його здатності чітко розставляти пріоритети і визначати ключові фактори успіху для результативності змін, тому що передбачають чітко поставлені цілі, завдання, етапи їх реалізації з урахуванням часу та критеріїв ризику.

Впровадження змін, що суттєво впливають на підвищення конкурентоспроможності підприємств, звичайно вимагає значних інвестицій. Але тривалий час економічна ситуація в Україні характеризується



недостатністю інвестування та практичною відсутністю впровадження проектів і програм розвитку підприємств та організацій, що обумовлене несприятливим інституційним середовищем [4].

Аналізуючи реформу залучення інвестицій у соціально-економічному розвитку України, дуже важливим кроком було створення у жовтні 2016 р. Офісу залучення інвестицій (UkraineInvest). Ця організація є постійно діючим дорадчим органом при Кабінеті Міністрів України, що був створений з метою залучення в Україну прямих іноземних інвестицій та вдосконалення іміджу держави як привабливої для інвестування країни [5]. Для координації діяльності Офісу та звітування Уряду за питання супроводу інвестицій, Уряд України також призначив Урядового уповноваженого з питань інвестицій.

Офіс залучення інвестицій є проектом у рамках Угоди між Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) та Громадською спілкою "Фонд підтримки реформ в Україні". WNISEF надає підтримку уряду України шляхом розробки ефективної економічної політики та лідерства, а також сприяє зміцненню співпраці між країнами та між приватним і державним секторами.

Робота Офісу залучення інвестицій націлена на забезпечення інвесторів актуальною інформацією щодо особливостей ведення бізнесу в країні, а також щодо специфіки діяльності в таких галузях економіки, як агробізнес, виробництво, енергетика, інфраструктура, сфера інноваційних технологій. UkraineInvest налагоджує координацію діяльності органів виконавчої влади у врегулюванні проблем, які виникають при інвестуванні в українську економіку.

Офіс готує пропозиції щодо посилення та реалізації інвестиційного потенціалу України, розвитку ключових інвестиційних проектів, стимулювання інвестиційного середовища в Україні та захисту прав інвесторів. Офіс активно працює над розробкою правової бази ведення бізнесу в Україні, здійснює аналіз бізнес-клімату, аналізує основні проблеми його розвитку. Основними напрямками діяльності Офісу є: формування сприятливого інвестиційного клімату, допомога інвесторам у веденні бізнесу в Україні та генерування можливостей для збільшення інвестицій в економіку України.

Заходи включають проведення семінарів та зустрічей для активізації інвестиційного процесу, маркетингові заходи, участь у спеціалізованих виставках, організацію візитів потенційних інвесторів, пошук місцевих партнерів для них, надання допомоги в отриманні необхідних дозволів тощо. Заходи щодо участі у зовнішньо-торгівельних заходах координуються Радою з просування експорту при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі (МЕРТ).

Результатами діяльності Офісу за період існування є:

1. Налагодження партнерства з урядом та місцевою владою: налагоджено зв'язки з базовими міністерствами та агенціями; визначено інвестиційно-привабливі регіони та заручення у них підтримкою місцевої влади.

2. Дерегуляція бізнесу в Україні: допомога МЕРТ скасувати більше ніж 500 застарілих регуляторних актів.

3. Покращення діалогу з бізнесом: забезпечено можливість для бізнес-



асоціацій коментувати проекти законів про ведення бізнесу в Україні; організовано діалог між Прем'єр-міністром України та Радою директорів ЄБА.

4. Покращення правового поля та захист інвесторів: (а) ініційовано зустріч Прем'єр-міністра України з правоохоронними органами для обговорення рекомендацій із розслідування для правоохоронних органів, що працюють з іноземними інвесторами в Україні; (б) допомога робочим групам уряду у розробці законодавства про технопарки, дозволи на будівництво, приватизацію, перекази прибутку, чесну конкуренцію, захист прав інвесторів тощо.

5. Сприяння збільшенню прямих іноземних інвестицій в Україну: проведено більше 30 консультацій з посольствами та зовнішніми торговими місіями; комунікація з 80-ма компаніями-потенційними інвесторами (більше 150 зустрічей); проведено зустрічі з 500-ма компаніями для представлення UkraineInvest. При цьому представництва UkraineInvest відкриті у Вінниці та Івано-Франківську.

Отже, на сьогодні держава сприяє активізації впровадження проектів і програм підприємств в основному через заходи організаційно-адміністративної підтримки. Покращення інституційного середовища через формування стабільних умов функціонування та діючого правового середовища, однакового для всіх, є базовою умовою активізації економічної діяльності підприємств, особливо при впровадженні інвестиційних проектів і програм.

Список використаних джерел:

1. Ярова Д.О., Жиганевич Ж.М. Проблеми державного регулювання інноваційно-інвестиційної діяльності в Україні. Міжнародна науково-практична конференція. К: «Бізнес, менеджмент, проблеми та перспективи», 2020. URL: confmanagement.kpi.ua.

2. Проект. Вікіпедія. URL: [Uk.m.wikipedia.org/wiki](http://uk.m.wikipedia.org/wiki).

3. Перелік проектів регіонального розвитку, поданих для участі в конкурсному відборі. Створення Регіонального агенства з розвитку сільськогосподарської кооперації. Чернігівська ОДА. URL: <https://www.minregion.gov.ua/wp-content/uploads/2017/09/53-SR-CHernig.pdf>.

4. Повна С. Аналіз стану інвестування в Україні як засобу розвитку підприємств та структурних перетворень в економіці. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. Чернігів: ЧНТУ, 2020. № 2 (22). С.63-71.

5. Проекти та ініціативи. Фонд підтримки реформ в Україні. URL: <http://fsr.org.ua/page/ofis-zaluchennya-investyicy>.





Липовий Я.Р., здобувач вищої освіти
ОС бакалавр ОП «Фінанси, банківська справа та страхування»
Науковий керівник - **Байрачна А. С.**,
асистентка кафедри фінансів, обліку та банківської справи
ДЗ ЛНУ імені Тараса Шевченка

ФІНАНСОВІ СТРАТЕГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють одну з найважливіших категорій ринкової економіки, яка характеризує можливість та ефективність пристосування підприємства до зовнішньоекономічних умов. Її зазвичай характеризують як здатність витримати конкуренцію з іншими підприємствами на конкретному ринку. Але для розгляду проблеми гарантії конкурентоспроможності підприємства такого формулювання недостатньо. Обізнаність стосовно економічної природи конкуренції, основних законів економіки щодо діяльності ринкових відносин, наукових підходів, методів і принципів, знання конкурентних ринкових ситуацій, робота по розробленню принципів оцінювання конкурентоспроможності підприємства є потрібною науковою основою систем забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Так як вітчизняні підприємства часто пропонують конкурентоспроможну продукцію методами, які характеризуються високими енергетичними та матеріальними витратами, трудомісткістю, низькою заробітною платою, невисокими прибутками. Тому конкурентоспроможність потрібно розглядати як здатність створювати прибуток на вкладений капітал не гірше від середньогалузевих рівнів, тобто здатність до ефективного функціонування. Виходячи з цього твердження, більшість підприємств України виявляться неконкурентоспроможними[1].

Створення фінансової стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств вважається дуже складним процесом тому, що потребує значних витрат праці, часу і виконання складних задач в розрахунках. Дуже важливим етапом у цьому процесі є рівень нормативно-правового регулювання діяльності підприємств, становище економіки в державі, тип ринкової позиції, життєвий цикл підприємств та їх продукції, ресурси та галузеву приналежність підприємств, фінансовий стан та конкурентні переваги підприємств-конкурентів, надійність постачальників та покупців, інфляційні коливання і стрибки курсу валют, боржники, фінансові кризи, фінансові стратегії розвитку підприємств на ринку та ін.

Беручи до уваги те, що вибір вдалої фінансової стратегії забезпечує максимізацію ринкової вартості підприємства та достаток власників, до основних її завдань можна віднести: вивчення характеру та законів формування фінансів; окреслення перспективних напрямів майбутніх взаємовідносин підприємства з іншими суб'єктами господарювання, органами податкового обліку, банківськими організаціями, страховими компаніями тощо; розкриття резервів та мобілізація ресурсів підприємства для раціональнішого



використання потужностей виробництва, формування ефективної системи фінансового забезпечення підприємства тощо. Об'єднання сукупності різних фінансових стратегій забезпечення конкурентоспроможності підприємства є його «стратегічним портфелем», при формуванні якого потрібно дотримуватися певних правил. До них належать: відповідність складу портфеля інвестиційній стратегії компанії, обов'язкове оцінювання всіх можливих варіантів для кожного проекту, обмеженість проектів ресурсними можливостями, забезпечення прийнятних для компанії співвідношень між основними цілями: дохідністю, зростанням капіталу, мінімізацією ризику та ліквідністю, колегіальність у прийнятті рішень щодо складу портфеля, забезпечення керованості портфелем, можливість систематично стежити за змінами на інвестиційному ринку і здійснювати необхідне реінвестування коштів[2].

Так як фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства доцільно готувати на довгострокову перспективу, їх призначення полягає у визначенні джерел, обсягів та способів залучення фінансових ресурсів для здійснення господарської діяльності. Зазвичай виокремлюють такі фінансові стратегії, завдяки яким забезпечується конкурентоспроможність підприємства, як експансивна, стратегія поступового розвитку, захисна, антикризова та стабілізаційна.

Недостатність інформації та фінансових ресурсів для впровадження новітніх технологій, низький рівень попиту на інноваційний товар, низький інноваційний потенціал підприємства, слабка сприйнятливність підприємства до впровадження інновацій, нестача кваліфікованих робітників – одні з багатьох гальмівних чинників, які впливають на забезпечення конкурентоспроможності підприємств України.

Добре зважені, точно сформульовані фінансові стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємства пропонують найефективніші напрямки, найкращі шляхи досягнення мети, дають можливість обрати перспективні та рентабельні види діяльності, забезпечують попит на вироблену продукцію, нерідко з дуже вигідної сторони серед конкурентів. Власно розроблений портфель фінансових стратегій – запорука конкурентоспроможності вашого підприємства.

Список використаних джерел:

1. Інноваційний розвиток в Україні: наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації.
http://www.uceps.org/additional/analytical_report_NSD55_ukr.pdf.
2. URL: <http://www.vestnik-econom.mgu.od.ua/journal/2016/18-2016/25.pdf>





Макурін А.А., к.е.н., доцент

доцент кафедри міжнародних відносин і аудиту

Макуріна О.А., асистент

кафедри програмного забезпечення комп'ютерних систем

Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»,

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ОБЛІКУ

Перспективною сферою застосування блокчейн, яка традиційно йде попереду у впровадженні новітніх інформаційних технологій, є фінансовий сектор. Ця сфера зазвичай найбільше зацікавлені у довірі суспільства у послугах, що у ній надаються, оскільки пов'язана вона з грошовими коштами, нестабільність з якими завжди пов'язана із соціальною напруженістю. При цьому надійної альтернативи в переказі коштів, ніж фінансово-кредитні установи, зазвичай немає. Тому на кожну установу покладаються зобов'язання як на надійного посередника між фізичними та юридичними особами, що не знають один одного, а центральні органи влади, що регулюють цю сферу підтримують цю довіру шляхом нагляду за банками. Останні, своєю чергою, отримують чималу винагороду за таку довіру практично з кожної транзакції між контрагентами. При реалізації переказу коштів за допомогою технології блокчейн, як очікується, зникне необхідність у підтримці традиційних систем електронних платежів. Така ситуація, однак, виглядає негативною для тих суб'єктів та систем, на створення та розбудову яких було покладено значні ресурси та багато років (SEPA, SWIFT тощо). Для таких систем та організацій, які забезпечують їхнє функціонування, це означатиме неминучий крах та фактично знищення через їхню недоцільність та застарілість. Разом з тим, регулятори окремих країн світу вже сьогодні провадять пілотні проект стосовно застосування блокчейн навіть для емісії еквівалентів національної валюти. Прикладом, Банк Канади анонсував проведення робіт з емісії криптоканадських доларів CAD-COIN, використовуючи розподілені бази блокчейн [1].

Безпечний стан економіки у національному масштабі досягається завдяки використанню сучасних засобів захисту операцій з розрахунку коштами. Таким чином, технологія блокчейн підтримує невразливість та незалежність інтересів юридичних осіб щодо впливу третіх сторін. Впровадження технології блокчейн у бухгалтерський облік сприяє інноваційному розвитку самої системи на підприємстві. Важливим тут є планування фінансових потоків учасників контрактних відносин та їх платоспроможності.

Тенденції емісії та обігу віртуальних валют (криптовалют), а також зміни в уявленні про роль центральних банків у розрізі регулюючої функції в країнах та інших органів у нагляді за дотриманням норм у цій сфері мають істотні відмінності. Для України невеликий потік такого активу в загальному обігу створює значні ризики для стабільності національного ринку. Однак, з урахуванням розвитку комп'ютерних мереж, пряма заборона обігу криптовалют навряд чи можлива. Це впливає на здійснення операцій між юридичними та фізичними особами при використанні віртуальних грошей.



Необхідно усвідомлювати ризики з використання таких активів, їх вартість та курсову різницю на дати підписання контрактів та постачання готової продукції.

Використання віртуальної валюти несе в собі наступні ризики [2]:

- Можливість втрати коштів через кібератаку на інфраструктуру користувача або на об'єкти платформ з обміну таких валют. Хоча й запевняють, що технологія блокчейн дозволяє захиститися від несанкціонованого доступу, але спеціалісти з захисту інформації не раз вже довели, що незаконно заволодіти криптовалютою можна через біржі з торгівлі такою валютою та її обмін;

- Ненадійні гарантійні забезпечення. Активи, що утримуються у криптовалюті не гарантується в Україні Фондом гарантування вкладів фізичних осіб, оскільки не визнається операціями пов'язаними зі зберігання, тобто не є банківськими депозитами. Треба розуміти, що визнання криптовалюти необхідно не тільки в обліку на підприємствах для мети обліку таких активів, але й для обліку активів у банківському секторі чи в будь-якому фінансовому;

- Відсутність законодавчої визначеності в Україні. Віртуальні валюти не є загальноприйнятими в торгових точках та сервісах. Вони не є ані законним засобом платежу, ані валютою. Отже, підприємці не мають юридичного зобов'язання приймати ті чи інші платежі в таких валютах, навіть якщо вони це робили раніше;

- Зловживань у зв'язку зі здійсненням фінансових операцій у різних юрисдикціях, де спостерігається неоднаковий рівень захисту інвесторів. Як наслідок, при виконанні контрактних вимог можуть виникнути непередбачувані ситуації;

- Висока волатильність таких активів досягається через нестабільність, тому операції з розрахунку де використовуються віртуальні валюти істотно впливають на баланс інтересів учасників контрактів;

- Виникнення зон гарантованого збагачення, у тому числі через тіньовий або напівлегальний бізнес, унаслідок чого національний інноваційний потенціал використовуватиметься переважно для виведення прибутку за кордон.

Розвиток глобалізованої цифрової економіки по всьому світі здійснює значний вплив на практику ведення бухгалтерського та податкового обліку. Складання фінансово звітності підприємств з Європейських країн та України. На вимогу національного законодавства вітчизняним обліковцям довелося підвищити свій рівень компетентності в області ІТ – технологій. Через це необхідно було опанувати електронний документооборот для звітування перед державними органами України, цифрові підписи та печатки, електронний кабінет платника податків та багато іншого [3].

Кожний з традиційних етапів бухгалтерського обліку забезпечується певним способом здійснення, який змінюється. До таких етапів відносяться: виявлення, вимірювання, узагальнення та накопичення інформації стосовно



господарської діяльності підприємства. У розрізі фіксації господарської операції змінилися технології з відображення даних у документах та узагальнення інформації від простого обліку, який полягає у фіксації такої події до подвійного запису, коли події відображаються разом з підставою їх виникнення. З початку такі записи робились на паперових реєстрах, згодом їх було адаптовано та перенесено до цифрового середовища з широким використанням різного програмного забезпечення. Через це змінився спосіб накопичення даних, а після створення технології XBRL порушуються нові вимоги до представлення даних ділової (фінансової) звітності та їхньої передачі зацікавленим особам. Актуальними та фактично незмінними залишаються підходи до надання впевненості користувачам у достовірності відомостей у звітних облікових документах: необхідність їх обробки аудиторями, перевірки даних обліку, незалежно від форми (паперової чи цифрової).

Облікові дані сучасних підприємств вносяться до баз даних, які формуються у спеціальному програмному середовищі. Таке програмне середовище може бути встановлено локально, на робочому місці бухгалтера або на платформах «хмарних» обчислень. В нашій державі на законодавчому рівні визначено тенденції інноваційних змін в обліковій практиці через впровадження цифрової технології XBRL для складання фінансової звітності підприємств у єдиному цифровому форматі. Зазначені зміни впливають на теорію та методологію ведення бухгалтерського обліку, тому необхідно наповнювати його розробками присвяченими реаліям впровадження сучасних ІТ-технологій [4].

З винайденням розподіленої бази даних блокчейн та відповідної технології роботи з даними постало сьогодні питання про її застосування, зокрема, для цілей бухгалтерського обліку та контролю. Ця технологія покликана розширити можливості ведення обліку та підвищити довіру в суспільстві до облікової інформації. У зв'язку з цим актуальним є дослідження питання обліку, вимірювання рівня ризику таких операцій під час розрахунку віртуальними коштами між покупцями та замовниками.

Список використаних джерел:

1. Макурін А.А. Криптовалютні активи у системі фінансового обліку. *Проблеми економіки*. 2020. № 3 (45). С 184 – 190.
2. Соколенко Л. Ф. Цифровізація як вектор розвитку економічних систем та модернізації системи бухгалтерського обліку. *Accounting & Finance/Oblik i Finansii*. 2019. №. 85.
3. Корнєєва Ю. В. Роль держави у сприянні інвестиціям у розвиток цифрової економіки. *Економіка і прогнозування*. 2018. №. 1. С. 120-134.
4. Heister S., Yuthas K. The blockchain and how it can influence conceptions of the self. *Technology in Society*. 2020. Т. 60. С. 101218.





ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Глобальні зміни, що відбуваються у світовій економічній системі останніми роками, формують нові виклики для соціально-економічного розвитку суб'єктів господарювання та економіки країн. Такі виклики набувають особливого значення в умовах транзитивної економічної системи України, яка сама перебуває у стані трансформації та тільки вибудовує власну модель інтеграції у світовий економічний простір. Досить часто у наукових публікаціях для оцінки сучасного етапу еволюції світового порядку використовуються такі поняття, як «пост-ялтинський світ», «постбіполярний світ», «пост-європейський», «post-cold war order», «пост-гегемоністський глобальний порядок». У більш широкому сенсі розглядається завершення епохи суверенних світових держав, а разом з нею і Вестфальського світового порядку [1, с. 13]. Внаслідок впливу різних факторів світ трансформується і вже ніколи не буде таким як раніше – однополярним. В цій системі економічних зв'язків значно змінюється місія держави, її роль та вплив на економіку, в тому числі і на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств. Такий стан речей формує відповідні фактори впливу на соціально економічний розвиток, які з часом посилюються та створюють додаткову нестабільність через те, що сама економіка багатьох країн перебуває у транзитивному стані. Нестабільність сучасного світового порядку через його перехідний стан загрожує глобальними та регіональними конфліктами. Як наслідок – національні економіки змушені функціонувати в умовах невизначеності що безумовно значно впливає на можливості економічного розвитку підприємств та їх інноваційно-інвестиційну діяльність.

Згідно з прогнозом МВФ, у поточному році зростання глобальної економіки сповільниться до показника 4,9%, у порівнянні до 5,9% у 2021 році [2], тим не менше найбільш гаряча тема року пов'язана з тим, що світові соціальні банки поступово почали згортати свої програми пом'якшення, стимулювання економіки, або готуються до цього [3]. Початок, або загроза початку фінансового посилення спричинить істотні зміни в рівні відсоткових ставок у розвинених країнах, що відповідно, вплине і на ринки країн які розвиваються. Сьогодні вже чітко визначилися відповідні глобальні тренди у світовому господарстві та фінансово-кредитній системі світу які здійснюють найбільший вплив на стан економіки, рівень та характер її розвитку. В цих умовах, найбільш значущими факторами впливу на інноваційно-інвестиційну діяльність підприємств в Україні будуть залишатися наступні.

По-перше, це труднощі залучення інвестицій через продовження впливу пандемії COVID. Поява нових штамів коронавірусу посилює загрозу запровадження нових локдаунів і карантинних обмежень, що сповільнюватиме економічне відновлення і, як наслідок, звужуватиме можливості залучення



інвестицій. Труднощі залучення інвестицій збільшуються на фоні реальної перспективи підвищення відсоткових ставок на міжнародних ринках, що впливатиме на вартість залучення ресурсів для України. Причина – безпрецедентно високий рівень інфляції у країнах світу. Наприклад, у США – 6,8%, що є найвищим показником за останні 40 років, у Великій Британії – 4,2% (найвищий показник за 10 років), в країнах Єврозони – 4,9% (історично найвищий показник з 1997 року) [2].

По-друге, у найближчий період значно впливатиме на діяльність підприємств висока вартість традиційних енергоносіїв у світі. У жовтні 2021 року ціна на газ в Європі досягала позначки у 1900 доларів США за тисячу кубометрів, що стало історичним рекордом [2]. Таке подорожання традиційних енергоносіїв відбувається на фоні спроби переходу на «зелену» енергетику, де все ще не так однозначно. Так, останні події на світових ринках вказують на те, що перехід до «зеленої» енергії без вуглеводнів, зокрема без вугілля та газу, у найближчі 7-8 років лише сповільниться. Наприклад, Німеччина має намір використовувати імпортоване вугілля до 2038 року, хоча останню вугільну шахту в цій країні було закрито у 2018 році [5]. Вихід може бути знайдений в тому, що наші плани щодо «зеленого» переходу мають впевнено спиратися на відновлювані джерела енергії та балансує потужності у вигляді природного газу і поки що вугілля. Правильним буде нарощувати використання відновлюваних джерел енергії та не відмовлятися від усіх наявних у нас альтернатив – газу, вугілля і атомної енергії. Така політика дасть нам енергетичну самодостатність та почуття безпеки. Адже немає жодних гарантій, що це остання енергокриза у світі [4]. В таких умовах значно підвищуватиметься роль інноваційного розвитку на базі скорочення непродуктивних витрат та шкідливих для навколишнього середовища виробництв. В цьому плані можна спрогнозувати для підприємств України підвищення податків для галузей, які здійснюють забруднення навколишнього середовища що також визначатиме напрямки інноваційного розвитку у найближчі роки.

По-третє, ще один важливий тренд, який визначатиме тенденції інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України у 2022 році – швидке відновлення ринку праці. Світ так чи інакше долатиме COVID, тому зняття обмежень сприятиме відновленню виробничої сфери і, як наслідок, збільшенню попиту на робочу силу, тому тут ми маємо привід для помірної оптимізму. Крім того, враховуючи те, що створення доданої вартості дедалі буде перетікати у цифрові сектори (ІТ, онлайн-торгівля, інтернет-банкінг, електронні платежі, сервіси з надання онлайн-послуг, інтернет-реклама, інтернет-ігри та ін.) відбуватимуться істотні трансформації попиту на робочу силу у цих секторах. Результатом тотальної цифровізації економіки, основою економічного зростання стане трансформація галузей економіки на базі інтелектуальних підключень. На думку фахівців представництва компанії Huawei в Україні обсяг цифрової економіки в світі у 2025 році сягне 23 трлн.



доларів США [5]. А це, у свою чергу, викликатиме докорінної зміни попиту на ринку праці.

Поряд із зазначеними, істотним фактором впливу на світову економіку і, як наслідок на економіку та підприємства України, стане геополітика. Зростання напруженості у відносинах світових економічних гігантів, перш за все США та Китаю, їх конкуренція за технологічне лідерство, торгівельний простір і робочий ресурс чинитимуть тиск на плани інвесторів. Скоріше за усе у поточному році триватимуть обмеження на експорт сировини та санкції на фінансових ринках.

Таким чином, у найближчі роки через вплив об'єктивних факторів, конкуренція на ринках зростатиме, протистояння та боротьба тільки посилюватимуться. В таких умовах значно зростатиме роль здатності підприємств України нарощувати інноваційно-інвестиційну діяльність з метою переходу на менш затратні, більш досконалі та сучасні технології виробництва, що, у свою чергу, посилюватиме їх конкурентні позиції на національному та світовому ринку.

Список використаних джерел:

1. Асимметрии региональных интеграционных проектов XXI века / [под ред. В. И. Михайленко] М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. 476 с.
2. Марченко С. Загальносвітові тренди, які впливають на економіку України та бюджет-2022. *Економічна правда*. 15 грудня 2021. URL: <https://https://goo.su/aTNC> (дата звернення 5.02.2022).
3. Белова С. Глобальной экономике расписали тренды. *Радио «Ъ FM»*. 2021. URL: <https://goo.su/bX4h> (дата звернення 6.02.2022).
4. Шведкий В. Енергокриза перетвориться на фінансову та споживчу. *ГМК Centr – центр експертизи про промисловість та ГМК*. URL: <https://goo.su/9HYC>
5. Офіційний сайт Укрінформ. URL: <https://goo.su/b91Y> (дата звернення 6.02.2022).





Мацука В.М., к.е.н., доцент,

доцент кафедри загального менеджменту

Коваленко О.А., здобувач вищої освіти

СВО магістр ОПІ Менеджмент організацій і адміністрування

Маріупольський державний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сучасного розвитку суспільства якісні технології відіграють дедалі більшу роль, тому значна кількість держав приділяє увагу саме інноваційній складовій економічного зростання. При цьому мале підприємство розглядається як важливий та повноцінний суб'єкт ринку, на базі якого реалізуються інновації.

Характерною рисою, що виділятиме успішне мале підприємство є інтенсивність використання ним у своїй діяльності інноваційної складової. Інноваційні процеси, інноваційні продукти, інноваційні впровадження є основою для забезпечення належного рівня конкурентоспроможності малого підприємства, забезпечуючи йому тим самим сталий розвиток.

Інновація є поліваріантним процесом створення нових продуктів, технологій та послуг, поєднаним із запровадженням нових організаційних та економічних форм, що забезпечують підприємству переваги над конкурентами на тривалу перспективу, підвищеною увагою до оцінки майбутніх запитів споживачів.

З погляду підприємництва економічна природа інновацій полягає у зміні доходу від ресурсів, а з погляду споживання вона уособлює зміну цінності задоволення потреби споживача, допомагаючи йому використовувати запропонований новий продукт або технологію для формування його бізнесу або підвищення конкурентоспроможності діючого. Тим самим інновація є дієвим засобом та стимулом підприємництва, приносить науково-технічний, економічний та ринковий ефект.

Під інноваційним підприємництвом розуміють процеси створення і комерційного використання техніко-технологічних нововведень. Зазвичай, в основі підприємницької інноваційної діяльності лежать нововведення в області продукції чи послуг, що дають змогу створити новий ринок, задовольнити нові потреби. Інновації служать специфічним інструментом підприємництва – навіть не самі інновації, а направлений організований пошук новинок, постійна спрямованість підприємницьких структур на нього.

Створення і впровадження інновацій – складний і досить ризикований процес. Складність його полягає у тому, що необхідно створювати такі засоби виробництва і праці, яких ще не існувало або модернізувати діючі, які повинні якісно перевершити відомі аналоги. Крім того існує певний ризик, оскільки невідомо, як сприйматиме споживач новий продукт, а якщо новий продукт буде впроваджено у виробництво, то невідома його адаптація та економічна ефективність. Стає очевидним, що інноваційний процес повинен бути



продуманий від інноваційних ідей і створення відповідних підприємств та організацій до формування інноваційної політики підприємств та впровадження інноваційних проектів. Інноваційні ідеї стають основою формування відповідних організацій, які повинні вирішувати певні проблеми у загальному ланцюгу проблем інноваційного процесу [2].

Одним з найважливіших завдань у створенні малих інноваційних підприємств є формування їх структури, яка спроможна вирішити проблеми і досягти заданої мети. Структура підприємства має бути динамічною і змінювати свої параметри до виконання тих завдань, які виникають у процесі створення інновацій. Організаційні структури створюються для досягнення певних цілей. У свою чергу цілі формуються шляхом аналізу думок і припущень, форм і методів їх досягнення силами творчого колективу.

Інноваційні підприємства формуються на основі змісту і структури самого інноваційного процесу, зокрема фундаментальних досліджень, прикладних досліджень і новаційних розробок, впровадження технічних та технологічних новацій у виробництво, випуску нових видів продукції і її реалізацію. Цей процес складається з окремих видів діяльності. Які стають основою створення окремого інноваційного підприємства. Кожне з інноваційних підприємств становить певну ланку загального інноваційного процесу.

Інноваційне підприємництво – це особливий новаторський процес створення чогось нового, процес господарювання, в основі якого лежить постійний пошук нових можливостей, орієнтація на інновації. Воно пов'язане з готовністю підприємця брати на себе весь ризик зі здійснення нового проекту чи поліпшення існуючого, а також фінансову, моральну і соціальну відповідальність, що виникає при цьому.

У загальному плані інноваційне підприємництво можна визначити як суспільний техніко-економічний процес, що приводить до створення кращих за своїми властивостями товарів, послуг чи технологій шляхом практичного використання нововведень.

На сьогоднішній день перед власниками малих підприємств в Україні постає певна складність в управлінні інноваційним розвитком підприємства. Серед чинників що створюють перепони, щодо розвитку малих підприємств, варто виокремити Закон України № 1525-ІХ від 3 червня 2021р., що вступив у силу з 1 січня 2022 року [1]. Цей закон увів певне обмеження у використанні інструментів Google та багатьох платформ для розвитку підприємства шляхом перенесення діяльності підприємства в веб-простір (Українські платформи Bigl.ua, Prom.ua, OLX.ua, а також міжнародні платформи Ebay.com, Etsy.com, Amazon.com та ін.) Створений для збільшення фінансового притоку до бюджету країни шляхом оподаткування підприємств, цей закон неабияк ускладнив існування малих фірм, що намагаються збільшити долю своєї присутності та зайняти нішу у світовому ринку.

Згідно з цим законом на електронних платформах впроваджується



введення обов'язкового податку на операції, що проводяться на електронних торговельних майданчиках. Проблемою є те, що подібне оподаткування зменшує конкурентну спроможність українських підприємців на міжнародних майданчиках, оскільки вони змушені збільшувати ціну на аналогічні товари. Окрім цього, введення цього податку, у сукупності з іншими податками на комісіями, пов'язаними з конвертацією та отриманням коштів від діяльності, приводить до того, що більшість малих підприємств заледве існують у створених умовах.

Окрім цього, згідно з цим законом, кожне підприємство тепер зобов'язано використовувати касові апарати, навіть якщо діяльність підприємства має суто електронну форму.

Впроваджений закон є передбачуваним кроком від державної влади, оскільки питання оподаткування сектору електронної комерції є більш ніж актуальним, особливо за умов переходу усіх підприємств до електронного простору, але, на жаль, скоріш за все, подібне нововведення може стати великою проблемою. Зрозумілим є бажання створити більш прозору діяльність підприємств і збільшити притоки коштів від їх діяльності до бюджету, та створенні цим законом умови у сукупності з уже існуючими в Україні умовами діяльності підприємств, скоріш за все призведе або до скорочення існуючих суб'єктів підприємницької діяльності, або призведе до створення нових способів уникнення оподаткування.

Також, управління інноваційним процесом відбувається за допомогою вироблення інноваційної політики, здатної вирішувати державні завдання підвищення конкурентоспроможності і стійкості економіки [3]. Основними загальними напрямками інноваційної політики для всіх регіонів України повинні стати: посилення використання адміністративного ресурсу для вирішення завдань інноваційного розвитку; сприяння розвитку інноваційної інфраструктури, зокрема, за рахунок фондів підтримки підприємництва; розвиток програмно-цільового фінансування інноваційних проєктів малого підприємств.

Список використаних джерел:

1. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо скасування оподаткування доходів, отриманих нерезидентами у вигляді виплати за виробництво та/або розповсюдження реклами та удосконалення порядку оподаткування податком на додану вартість операцій з постачання нерезидентами електронних послуг фізичним особам: Закон України № 1525-IX від 3 червня 2021 р. *Верховна Рада України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1525-20#Text> (дата звернення: 04.02.2022).

2. *Проблеми та перспективи розвитку бізнесу в Україні*: матеріали Міжнародної наук.-практ. конф. молодих вчених і студентів (м. Львів, 19 лютого 2021 р.): тези доповідей. Львів: Львівський торговельно-економічний університет, 2021. 344 с. URL: <http://www.lute.lviv.ua/fileadmin/www.lac.lviv.ua/data/instytuty/IEF/Docs/Nauka/23>



[2021_zbirnik.pdf](#) (дата звернення: 04.02.2022).

3. Шайдюк І. Є., Черкасова Н.І. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності малих підприємств в Україні. *Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму*. 2010.



ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АГРАРНО-ПРОМИСЛОВОГО ТА ГІРНИЧО-МЕТАЛУРГІЙНОГО КОМПЛЕКСІВ УКРАЇНИ ЗА ПІДСУМКАМИ 2021 РОКУ

Аграрно-промисловий та гірничо-металургійний комплекси України за підсумками 2021 року є локомотивами розвитку економіки держави [1]. Саме ці дві галузі забезпечують надходження понад половини валютної виручки. Хоча їхня частка в структурі ВВП держави неухильно зменшується (рис. 1) [2].

Структура української економіки

% ВВП



Джерело: Світовий банк

Рисунок 1 – Структура національної економіки (у % ВВП) за 1990-2020 рр.

Аграрно-промисловий комплекс України завдяки створенню Зони вільної торгівлі з ЄС нарощує обсяги реалізації продукції на цьому ринку останні п'ять років. Водночас, квотний принцип потрапляння української аграрної продукції та потреба у її обов'язковій сертифікації дещо пригальмовує темпи виходу на ринки ЄС [3].

За останні п'ять років вітчизняні аграрії не вибирають до кінця квоти на постачання нішевих товарів, зокрема цукру, грибів, продукції з обробленого молока тощо. Водночас, повністю використано квоти на ввезення пшениці, кукурудзи, томатів, меду, солоду тощо [3].

Зона вільної торгівлі з ЄС поки що не в змозі повністю замінити втрачений ринок Російської Федерації. Водночас, не варто забувати того факту, що ринок заможних країн – це дорога з обопільним рухом. Відповідно, якщо



для української продукції відкриваються нові ринки збуту, то й ми беремо на себе певні зобов'язання щодо допуску нових фірм-виробників на вітчизняний ринок. А далі рівень конкурентоспроможності товару визначає споживач [3].

Тепер варто зупинитись на питанні особливостей розвитку гірничо-металургійного комплексу України у 2021 році.

Якщо поглянути на цю проблему в загальносвітовому масштабі, то 2021 рік вітчизняні металурги завершили на чотирнадцятому рядку серед країн-виробників сталі, що на одну позицію гірше, ніж роком раніше (табл. 1).

Таблиця 1

Виробництво сталі у світі та в Україні за період 2017-2021 років та його частка від загальносвітового за даними World Steel Association [адаптовано за джерелами 3-5].

Виробництво сталі	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
В світі, млн. т	1675	1789	1848	1829	1912
В Україні, млн. т	22,66	21,1	20,85	20,62	21,36
Частка від загальносвітового виробництва сталі	1,35 %	1,18 %	1,13 %	1,13 %	1,12 %

Загальний обсяг виробництва сталі за 2021 рік зріс із 1,83 до 1,91 млрд. тон. Беззаперечним лідером галузі залишається Китай. У табл. 2 для порівняння наведено обсяг виробництва сталі у Китаї та його частку від загальносвітового за той же період 2017-2021 рр.

Таблиця 2

Обсяг виробництва сталі у Китаї та його частка від загальносвітового за даними World Steel Association [адаптовано за джерелами 3-5].

Місце у рейтингу	Країна	2017 рік	2018 рік	2019 рік	2020 рік	2021 рік
1	Китай	831,7 млн. т	928,3 млн. т	996,3 млн. т	1052,99 млн. т	1032,79 млн. т
Частка від загальносвітового виробництва сталі		49,2 %	51,9 %	53,9 %	57,6 %	54 %

Якщо ж спробувати описати наведені у табл. 1 дані у вигляді графіків трендів, то побачимо картину, відображену на рис. 2 із висхідною прямою та параболою. Цікавою особливістю є те, що ковідні обмеження 2020-го року виявилися позитивними для металургійної галузі України, оскільки створили надмірний відкладений попит серед споживачів металопродукції. Це зумовило нарощування обсягів виробництва сталі у 2021 році

Цікавим також є той факт, що якщо у 2017 році виробниками сталі у світі були 66 країн, то у 2018-му році й у наступних трьох такими залишилось лише 64 країни.



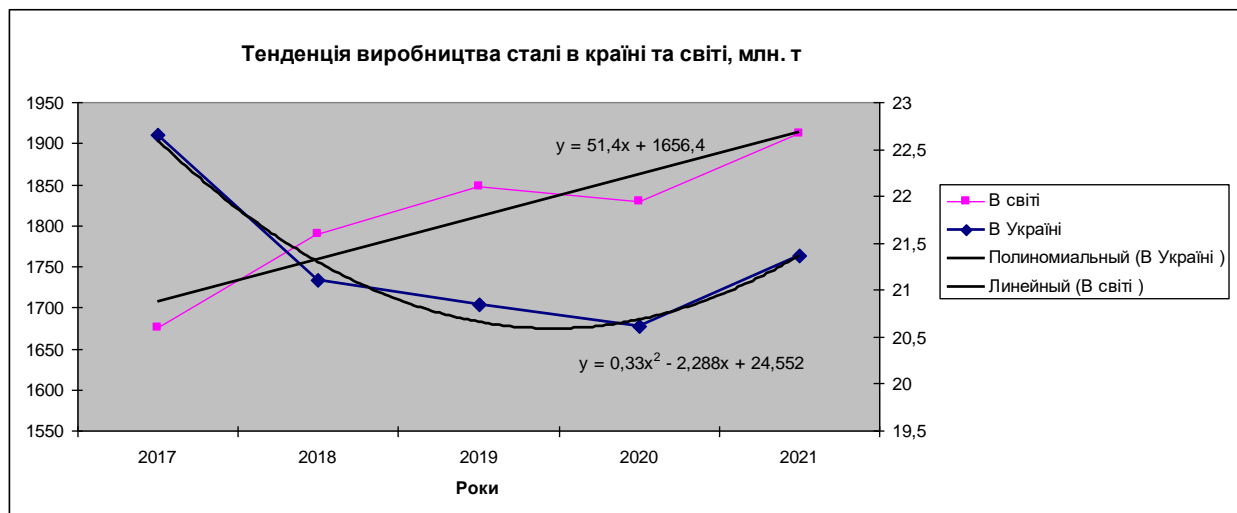


Рисунок 2 – Побудова ліній трендів за даними таблиць 1 та 2

Підсумовуючи викладене варто зазначити, що подолання перманентних кризових явищ та прагнення до вдосконалення є запорукою подальшого поступу. Приклади розвитку аграрно-промислового та гірничо-металургійного комплексів України це наочно засвідчують.

Список використаних джерел:

1. URL: <https://kurs.com.ua/ua/novost/724754-glavnaia-akspornaia-otrasl-ukraini-pokazala-rekordnii-za-10-let-rost?source=ukrnet>
2. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2021/08/23/677115/>
3. Мироненко М.А., Король Р.М., Кобякова Т.М. Перспективи розвитку аграрно-промислового та гірничо-металургійного комплексів України за підсумками 2018 року // *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціально-орієнтованій системі управління підприємством*: Матеріали II Всеукраїнської науково-практичної інтернет конференції (м. Полтава, 23 квітня 2019 року). Частина 2. Полтава: ПДАА, 2019. С. 79 – 81.
4. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/637733.html>
5. URL: <https://gmk.center/ua/news/ukraina-u-2021-rotsi-utrymala-14-te-mistse-u-svitovomu-rejtynhu-vyrobnytstva-stali/>





GLOBAL POSTPANDEMIC BUSINESS RECOVERY

In Q4 2021, out of the 48 economies covered by Euromonitor International's Recovery Index, 28 are expected to have recorded a score of 100 or over, indicating a recovery in which economic output, the labour market and consumer spending all return to/exceed pre-pandemic levels of 2019 [1]. From a different perspective, the Recovery Index scores are expected to have deteriorated in 25 out of the 48 economies in Q4 2021 compared to the previous quarter. Countries in the Eurozone and North America, have re-imposed containment measures amid rapid spread of the highly infectious Omicron variant of COVID-19.

Recovery landscape in key economies:

- Brazil is expected to be the worst performer on the Recovery Index as its score in Q4 2021 is estimated to have contracted to 91.4 (from 92.0 in the previous quarter). Rising prices and declining retail sales have curbed the country's recovery.

- In Q4 2021, the Recovery Index score for China is expected to have reached 107.6 up from 105.1 the previous quarter. With the Chinese economy being the first to fully recover, the government appears to have shifted its focus from stimulating recovery to controlling financial system risks and robust credit expansion. China's economic boom is expected to see setbacks due to its strict zero-COVID-19 policy, energy supply shortages, and real estate problems.

- Germany is estimated to reach the Recovery Index score of 102.8 in Q4 2021, down from 103.2 in the previous quarter, given spiking COVID-19 infection rates as the new Omicron variant spreads. The government is considering new restrictions, particularly for the unvaccinated population, with the aim of controlling the spread of the virus.

- The Recovery Index score in India is expected to have improved marginally to 94.9 in Q4 2021, up from 94.3 in Q3. The country's outlook has been revised upwards due to rising vaccination rates, higher government spending and the release of pent-up demand, benefiting India's manufactured goods and services, domestically and internationally.

- Italy's Recovery Index is expected to reach 105.0 in Q4 2021, marginally down from 106.5 in Q3, driven by a small decrease in consumer confidence. The economic outlook and the number of incoming tourists is expected to have declined in Q4 2021 as the country tightened entry restrictions due to the spread of the Omicron variant.

- The Recovery Index score for Japan is estimated to be 93.8 in Q4 2021, up from 91.9 in the previous quarter, mainly due to improving consumer sentiment and consumer expenditure as COVID-19 cases remain low. In Q4 2021, Japanese inflation figures are expected to reach a 20-month high as the global inflation picks up due to supply shortages. However, higher inflation developments are welcome in the country as it battles a two decade-long deflationary trend.

- The UK's Recovery Index is expected to have declined to 97.7 in Q4 2021



from 100.1 in the previous quarter. Consumer confidence is dampened by accelerating inflation due to supply shortages, the Bank of England having to raise interest rates to combat this, and the country being one of the first Omicron hotspots. Beneath all of this, the Brexit effects are still present, which is also stoking inflation.

Out of the 48 countries covered by Euromonitor International’s Recovery Index, 20 countries are not expected to see their economies rebound to 2019 levels in Q4 2021. Over the previous quarters, it was noted that the spread of new, potentially vaccineresistant, and more contagious variants of COVID-19 was one of the greatest risks to the global recovery. As the end of 2021 approaches, almost two years into the COVID19 pandemic, the emergence and rapid spread of the Omicron variant has increased uncertainty and weakened the momentum of the recovery, if not threatening to derail altogether a rebound in economic and consumer activity in many countries. Low vaccination rates in developing economies, vaccine scepticism in some developed countries, and continued global vaccine shortages as richer countries now race to deliver booster jabs are factors that are prolonging the pandemic. In addition to risks and uncertainties relating to the new Omicron variant, high inflation and supply disruptions in advanced economies and some emerging market economies are persisting and hurting retail sales and consumer spending, placing a further drag on the recovery.

Euromonitor’s Recovery Index is a composite index which provides a quick overview of economic and consumer activity and helps businesses predict recovery in consumer demand in 48 major economies. The index takes into consideration total GDP and factors that determine consumer demand – economic activity, employment, consumer spend, retail sales, and consumer confidence. Index scores measure the change relative to the average per quarter for 2019. A score of 100 and over indicates a full recovery in which economic output, labour market, and consumer spending all return to/exceed 2019 levels.

Tab 1

Euromonitor’s Recovery Index

Category	Weighting	Focus
Economic Activity	20%	Tracks and forecasts the level of real GDP as this is a broad measure of everything that workers and capital produce in a country.
Employment	20%	Looks at employed population and average actual weekly working hours in each quarter, as these indicators help track households’ primary source of income besides government financial support.
Consumer Spending	25%	Looks at private final consumption expenditure in each quarter, as this is officially the best measure of consumer spending in real terms
Retail Sales	25%	Focuses on seasonally-adjusted real retail sales data as a timely indicator of economic performance and strength of consumer spending.
Consumer Confidence	10%	Looks at the standardised consumer confidence index to see how consumers across countries feel about their current situation and when they will start feeling better about the future.



So, coronacrisis resulted in the wholl economy and world business in such ways:

1. The end of 2021 is characterised by ubiquitous inflation and the emergence and surge of the Omicron coronavirus variant, which are adversely impacting consumer activity.

2. As various countries are bracing themselves for a looming Omicron wave, the re-imposition of lockdowns and tightened COVID-19 restrictions are threatening/harming a global recovery.

3. As of Q4 2021, economic conditions and consumer activity in 20 out of the 48 economies covered by Euromonitor International's Recovery Index are expected to have still remained below pre-pandemic levels of 2019.

4. We cannot, however, rule out a downward revision to our economic forecasts in the face of Omicron's rapid spread. The biggest downside risk to the global recovery remains the emergence and surge of more contagious coronavirus variants in the context of waning vaccine efficacy.

Refferance:

1. Euromonitor International 2022. URL: <https://www.portal.euromonitor.com/portal/analysis/tab>.
2. WHO. URL: <https://www.who.int/ru>.





Навроцький Я. Ф., к. е. н, старший науковий співробітник
відділу інвестиційного та матеріально-технічного забезпечення,
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

СТИМУЛЮВАННЯ ДЕРЖАВОЮ ПОПИТУ НА ВІТЧИЗНЯНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКУ ТЕХНІКУ

Сучасний вплив держави на розвиток сільського господарства України з одного боку є доволі значним, а з іншого – недостатньо ефективним. Аграрна політика впродовж трансформаційного періоду характеризувалась здебільшого переважанням тактичних, а не стратегічних цілей і програм, а регуляторна діяльність держави не мала системного і послідовного характеру. З огляду на зазначене, для України особливо актуальною є проблема підвищення ефективності впливу держави на розвиток аграрного сектора в цілому, та матеріально-технічного забезпечення зокрема [1, с.47].

В різний час в Україні приймалися законодавчі акти та програми, спрямовані на стимулювання техніко-технологічного оновлення аграрного виробництва, у тому числі через стимулювання попиту на вітчизняну сільськогосподарську техніку.

Однією із найбільш ефективних виявилася відновлена у 2017 році програма після тривалої перерви Програма часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва.

І хоча у 2017 році програма стартувала не досить вдало, із запланованих 550 млн грн. було використано лише 134,056 млн грн., вона виявилася цілком життєздатною. У Програмі взяли участь 1220 підприємств які придбали 2906 одиниць техніки на загальну суму 670,28 тис. грн. (без ПДВ) з компенсацією у розмірі 20%. Аграрії придбали 88 тракторів, 1 зерновоз, 870 одиниць ґрунтообробної та посівної техніки та 1947 одиниці сільськогосподарського обладнання (Рис. 1).

Причинами невдалого старту стали: короткий термін дії програми (липень-листопад); забюрократизована система отримання компенсації; низький рівень поінформованості учасників програми.

Вже у 2018 році ситуація з фінансуванням програми та зацікавленістю учасників докорінно змінилася: з 955,00 млн. гривень, закладених до бюджету на програму часткової компенсації вартості техніки було використано 912,86 млн грн. (або 96%), кількість учасників зросла до 7043 а розмір компенсації було встановлено на рівні 25%. В цьому році було придбано 17182 одиниці сільськогосподарської техніки та обладнання на суму 3651,76 млн грн., з них: 305 тракторів, 9 зернозбиральних комбайнів, 3552 одиниці ґрунтообробної та посівної техніки, 37 зерновозів та 13279 одиниці сільськогосподарського обладнання.

У 2019 році обсяг фінансування програми скоротився до 681,79 млн грн., а використано лише 640,79 млн грн. Але, попит на участь у програмі був настільки великий, що у 2020 році з бюджету було профінансовано додатково 564,01 млн грн. для часткової компенсації вартості техніки учасникам за



жовтень-листопад 2019 року.

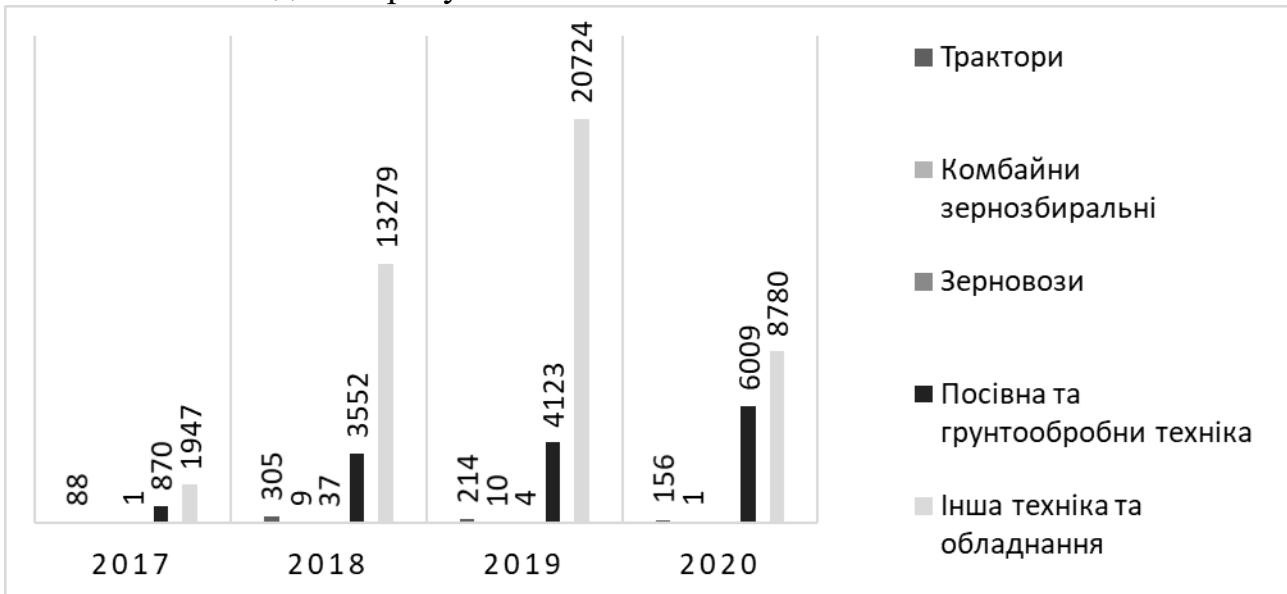


Рис. 1. Динаміка купівлі вітчизняної сільськогосподарської техніки за програмою часткової компенсації її вартості

Джерело: розраховано автором за [2]

Крім того, у 2019 році за програмою “Фінансова підтримка розвитку фермерських господарств” здійснювалася додаткова компенсація вартості техніки у розмірі 15% для фермерських господарств, тобто загальна частка компенсації сягала 40%.

В цілому у 2019 році участь у програмі взяли 9508 господарств, всього придбано 25075 одиниць техніки загальною вартістю 5786,2 млн грн., з них: 214 тракторів, 10 зернозбиральних комбайнів, 4123 одиниці ґрунтообробної і посівної техніки, 4 зерновози та 20724 одиниць іншої техніки та обладнання.

У 2020 році програма профінансована у обсязі 892,61 млн грн., нею скористалися 7260 сільськогосподарських товаровиробників, було придбано 14946 одиниць техніки вартістю 4331,92 млн грн. (з ПДВ). Було придбано 156 тракторів, лише 1 зернозбиральний комбайн, 6009 одиниць ґрунтообробної та посівної техніки та 8780 одиниць іншої техніки та обладнання.

2021 рік також виявився вдалим для реалізації програми: при бюджеті 991,35 млн грн. 5789 сільськогосподарських товаровиробників змогли придбати майже 30 тис. одиниць техніки [3].

За даними Мінагрополітики 2022 році фінансові обсяги державної підтримки зберігатимуться на рівні 2021 року.

В цілому Програма часткової компенсації вартості сільськогосподарської техніки та обладнання вітчизняного виробництва цілком ефективна і дозволяє не лише забезпечити дешевою вітчизняною технікою аграрне виробництво, але й підтримує підприємства вітчизняного сільськогосподарського машинобудування.

Однак, недоліком програми є те, що вона не впливає на розвиток



інновацій та запровадження нових технологій у виробництво техніки.

Здебільшого вітчизняна техніка є неконкурентоспроможною і програє виробникам розвинутих країн у якості, продуктивності, технологічності та екологічності. Так наприклад, з виготовлених у 2017-2020 роках тракторів потужністю понад 59 кВт відповідно 3295, 2459, 1387 та 885 одиниць [4] всього було реалізовано лише 2846 у 2017 році, 2313 у 2018 році, у 2019 році 1435 одиниць та 876 у 2020 році [5]. Тому, дуже важливо щоб додаткові кошти, отримані виробниками техніки за рахунок дії програми, спрямовувалися на модернізацію виробництва, запровадження інноваційних технологій та створення спільних виробництв з світовими лідерами сільськогосподарського машинобудування.

На сьогодні також існує проблема забезпечення малих підприємств з площею угідь до 500 га відповідною за продуктивністю та недорогою сільськогосподарською технікою. В середньому у 2019-2021 роках лише 10% підприємств цієї категорії брали участь у програмі. На нашу думку причини дві: недостатній рівень виробництва вітчизняної техніки для невеликих обсягів виробництва та занадто висока її вартість, навіть при 25% компенсації.

Тому, для забезпечення максимальної ефективності Програми доцільним є підняття рівня часткової компенсації вартості техніки з 25% до 40%, що передбачено законом України “Про стимулювання розвитку вітчизняного машинобудування для агропромислового комплексу”, на купівлю окремих видів техніки, конкурентоспроможність яких значно нижча у порівнянні з іноземними аналогами, наприклад трактори, косарки та інші види техніки а також для малих підприємств площею до 500 гектарів.

Запропоновані заходи з покращення механізму програми спрямовані на зростання попиту на вітчизняну техніку, підвищення її якості та продуктивності, забезпечення дешевими матеріально-технічними ресурсами Українських аграрних підприємств, у тому числі малих.

Список використаних джерел:

1. Козлова К. Г. Державна підтримка розвитку сільського господарства. *Актуальні проблеми розвитку управлінських систем: досвід, тенденції, перспективи: збірник тез VII студентської науково-практичної конференції, 18 квітня 2012 р.* Харків : ХарPI НАДУ, 2012. С. 47-49

2. Звіти про виконання паспортів бюджетних програм. Мінагрополітики: веб-сайт. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/napryamki/finansova-politika/byudzhetnij-proces/zviti-pro-vikonannya-pasportiv-byudzhetnih-program>

3. Мінагрополітики відкрило дані про 13 млрд грн державної підтримки за останні три роки. *Мінагрополітики: веб-сайт.* URL: <https://minagro.gov.ua/ua/news/minagropolitiki-vidkrilo-dani-pro-13-mlrd-grn-derzhavnoyi-pidtrimki-za-ostanni-tri-roki>

4. Виробництво промислової продукції за видами. *Державна служба статистики : веб-сайт.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

5. Реалізація промислової продукції за видами. *Державна служба статистики : веб-сайт.* URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>





СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

Галузь сільськогосподарського машинобудування України є важливою ланкою економіки країни та показовим об'єктом уваги для практиків та науковців: вона діє на сполученні промисловості та сільського господарства країни.

Для розвитку сільського господарства України одвічно існують природні та кліматичні передумови, а також людський потенціал: споконвічно українці володіють навичками сільськогосподарських робіт. Українська економіка має потужний індустріальний потенціал: у містах країни здавна функціонують промислові підприємства. Країна має енергетичний потенціал для забезпечення підприємств енергією, паливом, водою. Крім того, у містах та більшості селищ діють невеликі переробні підприємства, орієнтовні, в першу чергу, на сільськогосподарську сировину. Таким чином, підприємства «наближаються» до сільськогосподарських виробників та розв'язують завдання забезпечення їх діяльності засобами виробництва.

Основні підприємства тракторного і сільськогосподарського машинобудування України розміщені в Харкові (тракторний завод), Дніпропетровську, Тернополі, Ромнах (бурякозбиральних комбайнів), Херсоні (кукурудзозбиральних комбайнів), Кропивницькому (тракторних сівалок), Одесі (плугів і культиваторів), Хмельницькому (кормозбиральних комбайнів), Мелітополі (тракторних гідроагрегатів, компресорів, підшипників, інших вузлів та деталей), Вінниці (тракторних агрегатів), Кременчуці, Чугуєві, Білій Церкві (комплектувальні до тракторів). Колісні трактори випускають в Дніпрі. В Олександрії налагоджується випуск зернозбиральних комбайнів «Лан», а у Харкові – «Бізон» [1].

Аподиктично, що стан розвитку сільськогосподарського машинобудування висвітлює в українській економіці, з одного боку, проблеми промислових підприємств, з іншого – підприємств сільського господарства. Таким чином успіх діяльності сільськогосподарського машинобудування є, опосередковано, запорукою продовольчої безпеки країни. Невирішених проблем у зазначеній галузі достатньо багато. Серед них — низькі показники збуту за умов, коли сільське господарство потребує у техніці та комплектувальних. Це не може залишитись без уваги науковців.

Розбіжність полягає у боротьбі протилежностей та є причиною усього, що відбувається. Відносини між вказаними галузями не є ізольованими та є відносинами залежності. Крім того, вони за визначенням та характером є дійсними, неістотними, такими, що виражаються діями, не є антагоністичними, тому що не є конфліктними. Уникнути подібних розбіжностей можна або виключенням однієї протилежності, що не є прийнятним для досліджуваної



проблеми, або умілим поєднанням. Це й породжує завдання – поєднання розбіжностей, зміну відносин розбіжностей на відносини взаємин для розв’язання проблем виробників сільськогосподарської техніки та комплексувальних і сільськогосподарських підприємств.

Таким чином, враховуючи обставини взаємодії сільського господарства та машинобудування для сільського господарства, можна достатньо переконливо стверджувати, що в умовах обмеженої раціональності для підприємств сільськогосподарського машинобудування принциповим моментом є пошук праксеологічних альтернатив системам збуту, що існують, які повинні базуватись на більш ефективних операційних маркетингових засадах та сприяти задоволенню потреб аграріїв.

Сільське господарство України потребує технічної модернізації, більш повного забезпечення технічними засобами для сільськогосподарських робіт. Натомість, ринок такої техніки насичений імпортом. Така ситуація спонукає до пошуку шляхів удосконалення управління діяльністю підприємств галузі сільськогосподарського машинобудування у напрямку розробки практичних засобів покращення збуту продукції, що виробляється, розширення її асортименту, покращення якості.

Покращення збуту продукції підприємств сільськогосподарського машинобудування, основане на консолідації зусиль з маркетингу одразу декількох підприємств, що раніше висвітлювалось у наукових роботах [1-5] має чітку місію, сформовану на підставі положень програм розвитку зазначеної галузі та сільського господарства країни, а саме:

- уникнення стагнації галузі сільгоспмашинобудування, тобто, у певному сенсі, відродження повноцінної галузі, розширення кількості робочих місць для спеціалістів технічних, економічних, екологічних спеціальностей;
- усталення збуту вітчизняної техніки для сільгоспробіт, тим самим, і роботи підприємств галузі;
- збільшення обсягів виробництва вітчизняної сільгосптехніки. Сприяння отриманню ліцензій на виробництво новітніх або дефіцитних технічних засобів;
- створення сприятливих умов для залучення інвестиційного капіталу для розвитку підприємств галузі;
- сприяння удосконаленню цінової політики стосовно технічних засобів;
- досягнення перевищення закупівель сільгосптехніки вітчизняними сільгоспвиробниками над її вибуттям;
- сприяння розширенню внутрішніх та зовнішніх ринків для реалізації вітчизняної техніки для сільгоспробіт;
- сприяння перешкоджанню залежності від техніки іноземного виробництва, тим самим, виконання завдання імпортозаміщення;
- сприяння розширенню ринку технічних послуг та спільного використання сільськогосподарської техніки на умовах оренди;
- сприяння виконанню завдання формування професійних і міжпрофесійних об’єднань виробників для захисту їх господарських інтересів.



Кожна з зазначених напрямків розвитку має розглядатись керівниками підприємств як захід з підвищення ефективності діяльності підприємства, галузі та, у цілому, економіки країни, сприяння її економічній незалежності, чіткій впорядкованості управління окремим підприємством, перешкоджанню витоку капіталу з країни. Крім того, подібні об'єднання прямо та опосередковано мають сприяти покращенню соціального клімату у галузі через збільшення кількості робочих місць, створення умов для творчого розвитку та реалізації працівників виробничих та управлінських спеціальностей, що є актуальним у наш час для усіх регіонів та галузей країни.

Однією зі значущих проблем для багатьох підприємств є недостатні продажі за кордоном та недоотримання прибутку у конвертованій валюті, що породжує неспроможність купувати те, чого бракує для виробництва, розширювати виробництво, формувати інвестиційний портфель тощо. Консолідація зусиль декількох споріднених за діяльністю підприємств у напрямку спільного подолання бар'єрів виходу на зовнішні ринки може дозволити успішно вирішити цілу низку проблемних питань організаційного характеру.

Підприємства, які займаються товарами виробничого призначення, які, зазвичай, виробляються серійно та орієнтовані на певні галузі та окремі види виробництв, мають потребу у знаходженні раціональних підходів до використання маркетингу та комплексності реалізації усіх його функцій. Пошук шляхів раціональної організації маркетингу для повсякчасного здійснення його функцій є складним завданням, вирішення якого потребує індивідуального підходу на рівні окремих галузей, підприємств. Маркетингові структури можуть вважатись гнучкими тільки у тому випадку, якщо вони спроможні змінювати свої організаційні форми за кожної зміни стратегії підприємства.

Висновки. В умовах, коли ринки ростуть, а вітчизняні підприємства мають великий незалучений управлінський потенціал, проблема збуту концентрується навколо удосконалення маркетингу. Саме він працює для підприємства на досягнення як тактичних, так і стратегічних цілей. Стратегічний напрямок у маркетингу набуває статусу безальтернативного тоді, коли ринки досягають стадії насичення, коли необхідним стає сегментування та позиціонування, як засоби збільшення ринків, розширення впливу та оптимізації витрат. Вбачається конструктивний тип діалектики маркетингу. До цього спонукає розвиток конкуренції та поява інновацій у виробництві, управлінні, технологіях. В таких умовах для підприємств замало обмежуватись звичними методами ринкового пошуку. Потрібні їх оновлення та розвиток.

Список використаних джерел:

1. Нехай В. В. Забезпечення маркетингової підтримки підприємства. *Вісник Запорізького національного університету (International Innovative Journal Impact Factor (IIJIF та ін.)).* 2011. № 1 (9). С. 52–58;
2. Нехай В.В. Маркетингове планування діяльності підприємств та логістики на ринку товарів виробничого призначення. *Науковий вісник*



Полтавського університету економіки і торгівлі. 2020. № 2 (98). С. 58-65;

3. Нехай В. В. Дослідницька аналітика збуту підприємств сільськогосподарського машинобудування. *Економічна аналітика: сучасні реалії та прогностичні можливості* : матеріали наук.-практ. конф., 19 квітня 2019 р. Київ : КНЕУ, 2019. С. 216–218;

4. Нехай В.В. Управління ринком сільськогосподарської техніки на основі консолідації та прямого маркетингу. *Економіка АПК*. Київ, 2015. №12. С.68 – 71;

5. Viktoriia Nekhai, Svetlana Nesterenko, Svetlana Suprunenko, Olena Nesterenko, Tatiana Nikitina. Ecological management in implementation of environmental goals of the region. *International Conference on Sustainable Transport System and Maritime Logistics*. Publisher: Batumi Navigation Teaching University, 2021. P. 74-78.



Novik I. O. , Ph.D., associate professor of
the department of business economics and
International economic relations, ,

Davidyuk R. S., a student of the department of
business economics and International economic relations,
National Technical University «Kharkiv Polytechnic Institute»

ORGANIZATIONAL COMMUNICATION AS A PART OF INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COMPANY

The theory and scientific approaches to researching the process of innovative development of the companies are mostly focused on such fields as products, technologies, systems and processes. Most of the time the issue of the information circulation within the company is not even considered as an indicator for analyzing development strategy as well as how innovative it is.[1] Such an approach though being mostly reasonable lacks the vision on the major component of the company's functioning, which is organizational communication. Thus, the objective of this work is not to sabotage the idea that listed above working fields of the organization are not that essential for the innovative development, but to prove that organizational communication stands on the same level of importance and influences the company's efficiency to the same extent as they are.

Many scholars, such as Steve Clie, Matthew Koschman, Scott T. Paynton, Laura K. Hahn and more are convinced that organizational communication is a fundamental system that enables the company to work at its best or in cases of poor communication management to work at its lowest. Let's analyze what value-efficient and respectful communication can bring to the company.

In modern scientific theory, organizational communication can be approached from two different perspectives.

The first approach suggests we perceive communication as something that happens within the organization. All of the information channels and intersections are used as a tool to achieve the goals of the organization. In this perception, communication is shaped by the structure of the organization. This idea has been reflected and called the informational view of communication because, in this scenario, communication is mostly focused on transmitting the information.

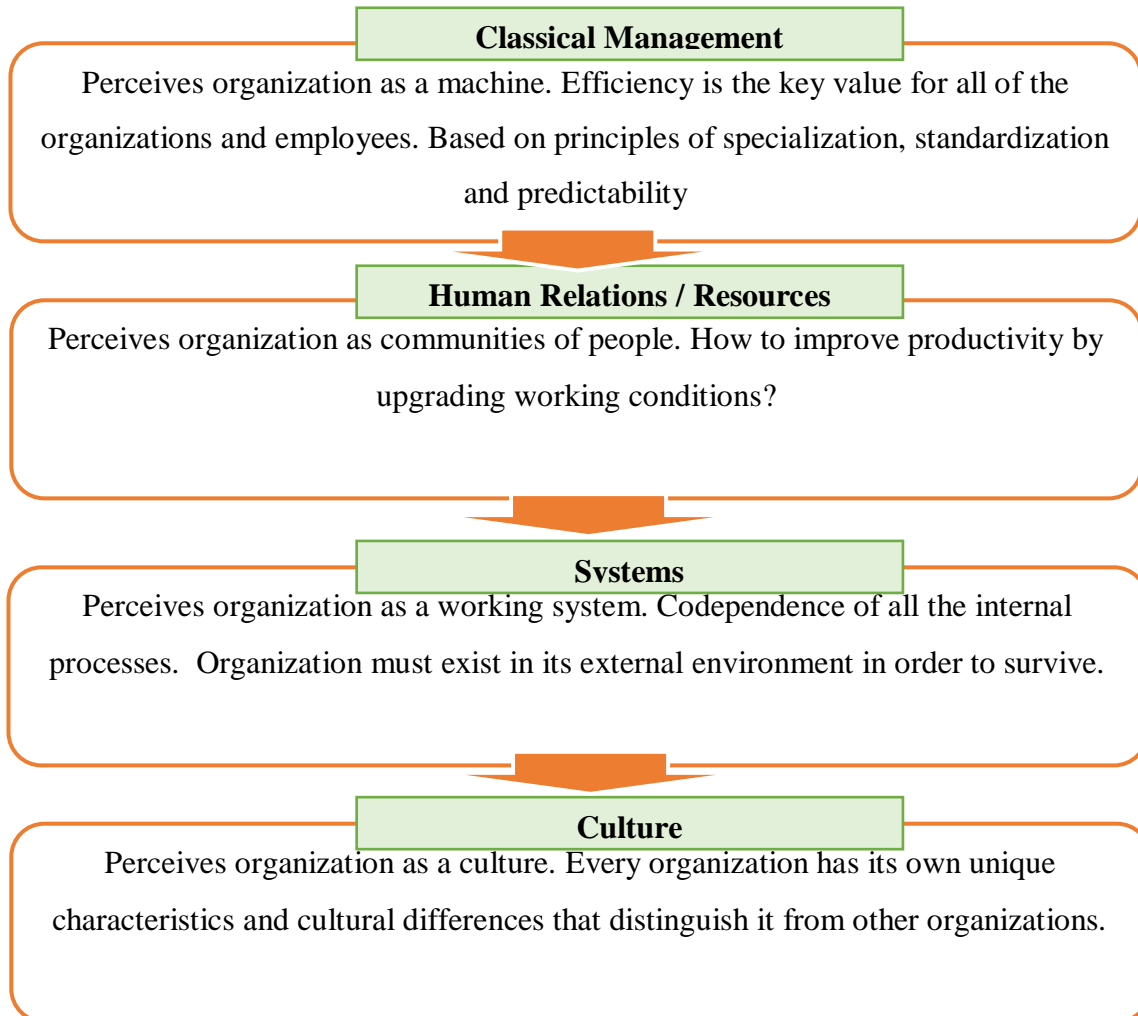
On the other hand, the second approach perceives communication as an organization. It argues that organizations can not exist without communication. In this case, the way we decide what the organizational goal is, what its missions and purposes are, what the structure is made out of, how people understand themselves, organize and relate to one another, all of this is constituted by communication processes. This approach allows us to gain a more critical perspective by looking at the communication processes that are making the organization what it is. So we consider not only instrumental effectiveness, but also look at how interactions and the way the organization is continually constructing its sense of identity results in organizations doing what they do.

The second approach is considered to be more complex and more useful in



increasing coherence, effective communication and innovative incentives in the workplace. By analyzing an organization as a product of communication we can identify the key aspects that create a healthy environment, develop a growth mindset and increase engagement for employees.[2]

The influence of the communication approaches can be sufficiently presented by analyzing their evolution process throughout history. It can be described in the following manner:



Picture 1.1 – Historical evolution of organizational communication

We are going to concentrate more on the modern perception of an organization as a culture. Following this approach, scientists think that language, traditions and practices are the fundamental parts of the company’s identity. Within this approach, organizations use cultural elements such as symbols, values and basic assumptions to not only create an internal culture but also, to complement the systems approach, build connections with external stakeholders and society. Pursuing such a mindset to employees organization becomes a very specific unique structure with its own believes, perceptions and to some extent, it influences the way workers are experiencing the world. Just by existing this kind of organizational communication complements and embraces innovative development of the company.[3]



A special place in the developing constituting cultural perspective of organizational communication has the concept of non-violent communication or, as sometimes used, connected communication. Based on principles of respect, empathy and no judgment this concept inspire people to look for powerful ways of communicating, which leads to increased productivity, a high level of motivation and a healthy environment in the workplace. Thus, by innovating organizational communication managers innovate the whole organization as a culture. As a result, that will bring new ideas for improving other fields of organizational development.[4]

Based on the analysis we can make a general conclusion that organizational communication has been playing a big part in the development of company since the very beginning. Along with perceptions and systems of organizational communication, its role has changed drastically. In our days, the communication should be perceived as a culture and should be developed as one. Such approach will stimulate the rise of motivation and engagement within employees and will result in an improvement of company's wellbeing. Innovations in the field of communication will as well develop innovations in the whole organization.

List of references:

1. Zavidna, Liudmyla, et al. "Strategy of innovative development as an element to activate innovative activities of companies." *Academy of Strategic Management Journal* 18.4 (2019): 1-6. URL: <https://www.abacademies.org/articles/strategy-of-innovative-development-as-an-element-to-activate-innovative-activities-of-companies-8385.html> (Accessed 09.11.2021).

2. Keyton, Joann. "Communication in organizations." *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior* 4 (2017): 501-526. URL: https://www.researchgate.net/publication/315501844_Communication_in_Organizations (Accessed 09.11.2021).

3. Erlangga, Heri, and S. Sos. "The Challenges of Organizational Communication in the Digital Era." (2020): 111-117. URL: <http://repository.unpas.ac.id/51111/1/%23137.%20Artikel%20Heri%20Erlangga.pdf> (Accessed 09.11.2021).

4. Rosenberg, Marshall B., and Deepak Chopra. *Nonviolent communication: A language of life: Life-changing tools for healthy relationships*. PuddleDancer Press, 2015.





ІННОВАЦІЙНА ІНФРАСТРУКТУРА ЯК ФАКТОР АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Активізація інноваційної діяльності значною мірою залежить від результативності взаємодії всіх елементів інноваційної інфраструктури, як форми взаємозв'язку науки та виробництва. Забезпечення інноваційності національної економіки в сучасних умовах передбачає не тільки наявність науково-технічного потенціалу, стабільного функціонування механізму фінансової підтримки інноваційних процесів, а й створення нерозривного ланцюга «наука – виробництво», що вимагає формування та розвитку великої кількості елементів інноваційної інфраструктури.

У Законі України «Про інноваційну діяльність» інноваційну інфраструктуру трактують як «сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, що надають послуги по забезпеченню інноваційної діяльності» [1].

На думку Т.А. Ісмаїлова та Г.С. Гамідова [2, с. 46] інноваційна інфраструктура – це «сукупність взаємопов'язаних, взаємодоповнюючих виробничо-технічних систем, організацій, фірм і відповідних організаційно-управлінських систем, необхідних і достатніх для ефективного здійснення інноваційної діяльності і реалізації інновацій».

З.С. Варналій та О.П. Гармашова [3, с. 193] розуміють під інноваційною інфраструктурою сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих інститутів, функціонування яких націлено на підвищення ефективності інноваційної діяльності на всіх стадіях інноваційного процесу.

Н.М. Яркіна [4] розглядає інноваційну інфраструктуру, як сукупність елементів, що забезпечують пошук і впровадження нових ідей товарів та послуг, матеріалів, способів виробництва та організації діяльності. У функції елементів інноваційної інфраструктури входить пошук інформації про ринок, наукової інформації; проведення досліджень та розробок, проектування нових виробів і технологій їх виготовлення тощо.

Отже, інноваційна інфраструктура являє собою сукупність підприємств, організацій, установ, їх об'єднань, асоціацій будь-якої форми власності, метою яких є забезпечення ефективного механізму інтеграції всіх стадій інноваційного процесу, збереження та розвиток інноваційного потенціалу країни, включаючи сприяння науково-технічній діяльності, стимулювання виробництва наукомісткої продукції, проектування та впровадження у виробництво нових виробів і технологій їх виготовлення, організаційних і маркетингових рішень.

Інноваційна інфраструктура повинна розв'язувати такий комплекс завдань:

- забезпечення взаємодії наукової сфери, освіти та виробництва;
- інформаційне забезпечення, тобто створення доступу до наукової,



науково-технічної або маркетингової інформації, яку можна використовувати на різних етапах інноваційного процесу;

- фінансове забезпечення інноваційної діяльності, що може бути здійснено за рахунок державних коштів, ресурсів вітчизняних та іноземних підприємств і організацій тощо;

- кадрове забезпечення, яке передбачає підготовку науково-технічних працівників, а також професійних інноваційних менеджерів;

- проектно-технологічна і виробнича підтримка інновацій;

- експертиза інноваційних проектів, програм, а також сертифікація, стандартизація та контроль якості інноваційної продукції;

- дифузія (просування) інновацій як на національні, так і на іноземні ринки;

- зниження рівня ризиків, які виникають у процесі розроблення та впровадження інновацій [3, с. 193-194].

Щоб вирішити ці завдання, до складу інноваційної інфраструктури включають різні елементи, які вчені та фахівці пропонують об'єднувати в кілька груп. У Державній цільовій економічній програмі «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» в інноваційній інфраструктурі виокремлюють виробничо-технологічну, фінансово-економічну, нормативно-правову, територіальну та кадрову підсистеми [5].

Розвиваючи інноваційну інфраструктуру в Україні, необхідно звернути увагу на те, що найдієвішим її елементом є технопарки. Загальним цільовим орієнтиром їх функціонування є підвищення ефективності інноваційної діяльності за рахунок встановлення більш тісних взаємозв'язків між наукою і виробництвом. Інноваційна політика повинна бути селективною і спиратися на розробку та виконання програм, які охоплюють всі стадії інноваційного процесу (від фундаментальних і прикладних досліджень до виробництва і використання нових продуктів) та організацію сегменту світового ринку системи маркетингу, продажу, фірмового обслуговування тощо.

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність: Закон України від 4 липня 2002 року №40-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15#Text>

2. Исмаилов Т.А., Гамидов Г.С. Инновационная экономика – стратегическое направление развития России в XXI веке. *Инновации*. 2003. №1. С. 45-49.

3. Варналій З.С., Гармашова О.П. Конкурентоспроможність національної економіки: проблеми та пріоритети інноваційного забезпечення: Монографія. К.: Знання України, 2013. 387 с.

4. Яркіна Н.М. Економіка підприємства: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2013. 497 с.

5. Про затвердження Державної цільової економічної програми «Створення в Україні інноваційної інфраструктури» на 2009-2013 рр.: Постанова Кабінету Міністрів України від 14 травня 2008 р. №447. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/447-2008-%D0%BF#Text>





Петренко А.А., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр, ОПП Митна справа,
Науковий керівник – **Найденко О.Є.**, к.е.н.,
доцент кафедри митної справи,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця

ПРОБЛЕМИ МИТНОГО КОНТРОЛЮ ІМПОРТУ ОБ'ЄКТІВ ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ

На сучасному етапі Україна розвиває економічні зв'язки у міжнародній торгівлі. Обороти імпорту товарів до України збільшуються, у зв'язку з чим міжнародні організації посилюють вимоги щодо вільного проникнення власних товарів на внутрішній ринок України. З метою регулювання цих процесів держава створює власну митну систему, основу якої становлять митні органи, що мають забезпечувати безпеку населення та створювати сприятливі умови для зовнішньоекономічної діяльності.

Провідну роль у економічному зростанні держави займає розвиток інновацій та інтелектуальної власності. Відповідно до Митного кодексу України на митні органи покладено сприяння захисту інтелектуальної власності учасників ЗЕД. Отже з цією метою був створений митний реєстр об'єктів права інтелектуальної власності, відомий як ОПІВ.

Митний контроль і митне оформлення товарів, що містять об'єкти права інтелектуальної власності, які охороняються відповідно до закону, та ввозяться на митну територію України, здійснюються в загальному порядку з урахуванням особливостей, установлених Митним кодексом та іншими законами України. В гл. 57 Митного кодексу України наводяться норми щодо сприяння захисту прав інтелектуальної власності під час переміщення товарів через митний кордон України, у тому числі і імпорту [1].

Згідно з п. 47 ч.1 ст 4 Митного кодексу України, до об'єктів прав інтелектуальної власності належать: об'єкти авторського права і суміжних прав, винаходи, промислові зразки, торговельні марки, географічні зазначення, сорти рослин, компонування напівпровідникових виробів. Правовласником є особа, якій відповідно до закону, належать майнові права, або особа, яка діє від її імені в межах наданих повноважень. [1]

До прийняття змін в МКУ митний реєстр ОПІВ, що фактично повинен захищати внутрішній ринок та споживача від імпорту підробок, обмежував можливість імпортерів вільно ввозити товари відомих торгових марок, створював підґрунтя до зловживань і де-факто застосування національного принципу вичерпання прав.

Згідно з розпорядженням Кабінету Міністрів України від 13 жовтня 2020 року № 1267-р “Про Національний орган інтелектуальної власності” Державне підприємство «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент) виконує функції Національного органу інтелектуальної власності [4].

Велика частка порушень прав інтелектуальної власності відбувається



саме під час перетину товарами митного кордону, до України масово імпортуються товари з порушенням прав інтелектуальної власності, а працівники митниці затримують рекордно великі партії контрафактних товарів.

Охорона та захист прав інтелектуальної власності є одними з ключових елементів Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Україна внесена до списку країн, які порушують права інтелектуальної власності та завдають цим шкоду економічним інтересам Євросоюзу. Держава відновиться до країн другого пріоритету, що за масштабами порушень та їх наслідками поступаються лише Китаю, який посідає першу позицію

За інформацією Державної митної служби, у 2020 р. було 1900 випадків призупинення митного оформлення товарів, які підозрюються в порушенні прав інтелектуальної, при цьому ефективними виявилися лише 10% заходів: у 75 випадках відбулось знищення контрафактних товарів, у 41 складено адміністративні протоколи про порушення митних правил та здійснено 3 зміни маркування. Для порівняння, за 12 місяців 2019 року митницями Держмитслужби було здійснено близько 7 тис. призупинень митного оформлення товарів за підозрою у порушенні прав інтелектуальної власності, але про їх низьку ефективність свідчило те, що лише 1,3% від загальної кількості призупинень завершувались знищенням товарів та складанням протоколів про порушення митних правил [2].

За даними Звіту, Україна щороку втрачає 11,5–16 млрд. грн. від контрафактної продукції, а втрати від контрабанди та порушення митних правил щороку складають 68–96 млрд. грн. [3]

Першочерговим для нашої країни є саме стимулювання зростання попиту на легальний імпорт, сплата всіх необхідних мит та податків, іншими словами, стимулювання «офіційного ринку України товарів, що мають право інтелектуальної власності»

Таким чином можна зробити висновок, що негативними політичними й економічними наслідками торгівлі контрафактною продукцією є: ненадходження податків до бюджету, псування репутації країни та втрата інвестицій. Для підвищення ефективності митного контролю імпорту товарів, що мають право інтелектуальної власності необхідно: запровадити більш жорсткі санкції щодо ввозу, виробників та продавців контрафакту та посилити митний контроль за ввезенням в Україну контрафактних товарів.

Список використаних джерел:

1. Митний кодекс України : Закон України від 13 березня 2012 р. № 4495-VI. Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
2. Офіційний сайт Державної митної служби України. URL: <https://customs.gov.ua>.
3. Порівняльний аналіз фіскального ефекту від застосування інструментів ухилення/уникнення оподаткування в Україні: нові виклики. URL: <http://www.visnuk.com.ua/uploads/assets/files/2019/Pdf/Analiz-shem-2019-FINAL.pdf>



4. Про Національний орган інтелектуальної власності : Розпорядження КМУ від 13 жовтня 2020 року № 1267-р. *Кабінет Міністрів України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1267-2020-%D1%80#Text>



Погорелова Т.О., доцент кафедри економіки бізнесу
і міжнародних економічних відносин,
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ У ПРОЦЕСІ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційний розвиток будь-якого підприємства тісно пов'язаний із цілеспрямованим формуванням інноваційної складової його організаційної культури. Процес інноваційного розвитку має дві головні складові: реалізацію інноваційних проєктів і розвиток інноваційного потенціалу [1]. Для отримання значних результатів розвивати їх потрібно паралельно. Основне місце в інноваційному потенціалі посідає інноваційна культура, як стратегічний ресурс нового століття. Отже поняття інноваційної культури є складним, багатограним і цікавим для розгляду.

Загальноприйняте поняття культури визначається як певний рівень розвитку суспільства, творчих сил і здібностей людини, що виражається в типах і формах організації життя та діяльності людей, у їхніх взаємовідносинах, створюваних ними матеріальних і духовних цінностях, їх застосуванні і поширенні в процесі соціально-економічної практики [2].

Інноваційна культура розглядається як цілісна система вироблених в організації і притаманних її членам моделей поведінки, що впливають на модус, спосіб життєдіяльності організації. У цьому розумінні інноваційна культура не є первісно визначеним станом. Вона — результат соціальних взаємодій і передається через навчання, численні контакти між групами людей, поведінку, настанови, норми, систему ціннісних орієнтацій, манери одягатися, етику трудових відносин, символи, стиль керівництва, церемонії, комунікації, мову.

Інноваційна культура забезпечує сприйнятливість людей до нових ідей, їх готовність і здібність підтримувати і реалізувати інновації в усіх сферах життя. Формування інноваційної культури пов'язане з розвитком творчих здібностей і реалізацією креативного потенціалу самої людини — її суб'єкта.

Інноваційна культура віддзеркалює цілісну орієнтацію людини, закріплену в мотивах, знаннях, вміннях і навичках, а також в образах і нормах поведінки.

Формування інноваційної культури ґрунтується на системі цінностей організації, які являють собою ряд ідей, часто неписаних, які обґрунтовують цілі і сенс роботи організації. Поняття культурних цінностей ширше за формальне поняття цілей організації. Культура складається з правил, дотримання яких дає позитивний ефект [3].

Сьогодні ефективність інноваційної діяльності залежить не тільки від її організації, інтелектуального й інформаційного потенціалу підприємства, а й значною мірою від стилю керівництва.

Прогресивні форми керівництва в інноваційному менеджменті забезпечують простір для ініціативи кожного учасника інновацій, групових рішень і впливають на формування інноваційної культури в організації.



Відповідальність за забезпечення мотивації інноваторів лежить на менеджменті організації та його керівництві [3].

Інноваційний потенціал підприємства забезпечує конкурентоспроможність підприємства, а інноваційна культура стимулює його розвиток завдяки своїй внутрішній силі і, спонукає до творчого генерування ідей, мотивів. Інноваційний потенціал є динамічною системою, що включає багато компонентів. Уже в самому принципі системності закладений взаємозв'язок інноваційного потенціалу із інноваційною культурою [4].

Інноваційна культура об'єднує інтелектуальний потенціал і креативний менеджмент. Реальність використання інноваційної культури як внутрішнього джерела інноваційного розвитку є максимальною при будь-якому ризику, а відповідно, її потенційна цінність дуже значна. Інноваційна культура є основою розвитку творчого стилю мислення і підходу до вирішення управлінських проблем, що характеризується сукупністю методів пошуку і реалізації управлінських рішень у процесі здійснення інноваційної діяльності.

Тому, для успішної реалізації інноваційної стратегії розвитку підприємства потрібно, щоб засновники та менеджери ланки управління приділяли достатню увагу питанням формувань інноваційної культури. За наявності сильної інноваційної культури керівники та відділи всередині організаційної структури здійснюють самоконтроль, що забезпечує не тільки високу ефективність їх роботи, але й регламентує функціонування підприємства, таким чином зменшуючи кількість конфліктів та професійних непорозумінь.

Вивчаючи інноваційну культуру слід відмітити деякі її завдання в інноваційній діяльності підприємства: усунення бар'єрів в організаційній структурі підприємства для вільної комунікації; формування і впровадження інноваційних стратегій розвитку підприємства; виявлення творчих здібностей, талантів, реалізація і розвиток креативного потенціалу працівників. Для того щоб досягти справжнього інноваційного розвитку всі заходи слід впроваджувати системно.

Інноваційна культура є функціональною підсистемою в інноваційній системі підприємства, яка має свій власний потенціал і здатна стимулювати використання інноваційного потенціалу як підприємства, так і окремого його працівника.

Головною ознакою реалізації принципів інноваційної культури на підприємстві є формування ефективної системи стимулювання, наявність прозорих та доступних інформаційно-комунікаційних потоків, розвиток сучасних організаційних структур управління компетенцією та знаннями.

Інноваційна культура здатна направляти розвиток інноваційного потенціалу на соціальні цілі і в цьому проявляється її гуманний характер, який відповідає світовим тенденціям соціалізації праці. Роль культури полягає в тому, щоб збалансувати інтереси, цілі й ефекти. Інноваційна культура виступає ніби регулятором та неформальним контролером реалізації інноваційного



потенціалу завдяки своїй системі цінностей, неформальним приписам, правилам поведінки, якими повинні керуватися учасники інноваційного процесу, та своїй економічній природі, що відображає систему відносин між цими учасниками.

Інноваційна культура є результатом соціально-економічної взаємодії суб'єктів інноваційної діяльності, вона охоплює відносини, які складаються протягом всього життєвого циклу: зародження, формування і комерціалізації інновацій. Ці відносини опосередковуються відповідною системою цінностей, етичними орієнтаціями і системою відповідальності, тому інноваційній культурі властива якісна визначеність.

На шляху інноваційного розвитку існують перешкоди, адже інноваційний розвиток підприємств України можливий за умови підтримки інноваційних процесів та активізації інноваційного характеру підприємницької діяльності, що здійснюється на основі фактору інноваційної культури, яка об'єднує загальнолюдські цінності, відповідальність та інтелектуальний капітал.

Дивлячись на це, треба спробувати розробити новий метод управління інноваційним розвитком, де інноваційній культурі підприємства буде відведена особлива роль.

Інноваційна культура сприяє підвищенню інноваційної активності, вибору підприємством зрозумілих і чітких цілей, розвиває прагнення персоналу до інноваційності, готовність до прийняття нових технічних рішень. Також слід підкреслити, що роль інноваційної культури на підприємстві в тому, що вона оптимізує складові інноваційного потенціалу, сприяє створенню позитивного іміджу підприємства у зовнішньому середовищі, та забезпечує активізацію інноваційної діяльності всередині підприємства (формування висококваліфікованого колективу), надає інноваційному процесу організованості, зменшує опір до нововведень.

Список використаних джерел:

1. Николаев А. Инновационное развитие и инновационная культура. *Наука та наукознавство*. 2001. № 2. С. 27-29.
2. Погорелова Т.О., Колотюк О.І., Шевченко А.С. Інноваційна культура сучасного підприємства. *Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*. Збірник наукових праць. Серія: *Технічний прогрес і ефективність виробництва*. Харків: НТУ «ХПІ». 2014. № 65 (1107). С. 86-90.
3. Скрипко Т.О. Інноваційний менеджмент : підручник. К. : Знання. 2011. 423 с.
4. Захарчин Г.М., Любомудрова Л.С. Інноваційна культура як пріоритетний напрямок інноваційного розвитку вітчизняних підприємств. *Инвестиционные приоритеты эпохи глобализации: влияние на национальную экономику и отдельный бизнес* : мат-ли Міжнарод. наук.-практ. конф. URL: http://www.confcontact.com/2009_03_05/5_zaharchin.php.



Posternak I., candidate of Technical Sciences, Associate Professor, the Associate Professor Department Organization of construction and labor protection, the **Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture**
Posternak O., student speciality 192 "Construction and Civil Engineering" group PCB-182 of **Odessa State Academy of Civil Engineering and Architecture**
Posternak S., candidate of Technical Sciences, Associate Professor, the technical expert of *private company "Composite", Odessa*

ACTIVITY MANAGEMENT THE CORPORATE SCIENTIFIC AND TECHNICAL COMPLEX TOWN-PLANNING POWER RECONSTRUCTION

A problematic urgency – in Odessa isolated building contract organizations (constantly varying), performing works at low scientific and technical level, without the general vision of a specific problem of reconstruction of historical building of a city are engaged in reconstruction of historical building of a city.

Problem statement in a general view – as one of perspective forms of integration various complexes act in town-planning structure; in the course of formation of plans of social and economic development of large cities even more often there is a situation when for increase of efficiency used financial, material and a manpower concentration of efforts, but also new progressive forms of the organisation of building manufacture – corporate, scientific and technical is necessary not simply, power efficiency [1].

Research objective – to offer the organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction of buildings of historical building of Odessa under standards power efficiency and to execute formation of streams (in the matrix form) a method of calculation of the organisation of internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" – a method of continuous development of fronts works.

According to varying social and economic conditions of a life in a city organism naturally die off old fabrics and are born new, therefore updating of cities occurs consistently, by replacement of an out-of-date supply available and gradual transformation by this basis planned structures in whole or its separate elements. The purpose of reconstruction and restoration of an architecturally-town-planning heritage is preservation of composite and aesthetic features of the historical city environment. Town-planning reconstruction is a purposeful activity on change before the generated town-planning structure, caused by requirements of development and perfection. The concept reconstruction of cities has double sense. On the first, it reflects development of the occupied places, improvement of their spatial organisation, proceeding long time. On the second, it is material result, a building condition at present. Only having understood these parties of reconstruction in their interrelation, it is possible to approach correctly to an estimation of problems and to establish methods of a reorganization of cities. Reconstruction - the continuous process which is passing in each city differently depending on the previous growth and modern requirements. It predetermines value of a city as historical phenomenon in which various epoch



intertwine. And in a modern city organism its components continuously change.

As leading sign expediency application coordination principles of management the generality the economic purposes and the problems, demanding industrial cooperation acts.

From positions methodology management CSTC T-PPR is the economic object the new class which has received the name integration. Its specificity follows from its integrated approach that assumes.

High level coincidence interests of the basic industrial organizations entering in CSTC T-PPR at preservation a branch accessory and its corresponding inclusiveness in branch systems of planning, financing, logistics and management.

The interrelation of economic activities defining them dependence in achievement both own, and branch purposes, forming the given complex.

Territorially caused social and economic unity, impossible without realization the coordinated economic policy, free from administrative restrictions.

Such are the most general features, testifying that at the organisation management CSTC T-PPR it is impossible to adapt only an operating economic mechanism, search of new forms and methods is necessary. In effect, the main problem is today a maintenance coordination in activity of the controls concerning various links and levels building branch. Suggest them to unite "under the general roof" more often. But such structures are too bulky, unhandy, and are not always realized in practice, especially in building. It is necessary to organize thus participants CSTC T-PPR that they, realizing own purposes, would reach also the general results - we will tell, with partners in building of those or other building objects or with accessory manufacturers, though and not participating directly in works, but providing them, etc. Such mechanism is a coordination. Integrity CSTC T-PPR is given by not so much spatial organisation, how many that end result - a product of manufacture of reconstruction which and is created by builders. Now, when the emphasis becomes on economic control levers, neglect lessons coordination management in relation to primary economic cells are necessary for considering.

Line methods the organisation works can be calculated in the different ways, therefore they have received names of methods calculation the organisation works. We will consider a method of continuous development fronts works (M-CDF).

For a conclusion of the basic settlement formulas the size carrying the name of the period expansion which defines a difference between the beginning the subsequent work on private front I and the beginning of previous work on the same front – $T_{j, j+1}^p$ is entered into consideration. Clearly, that the work first in a technological order is not preceded by any other work and, hence, its beginning is accepted by the zero. Thus, having defined the beginning the first work and the corresponding period of expansion the second work, it is possible to calculate the beginning its manufacture on private front I etc. (on an induction) before definition the beginning last kind of work.

Having calculated the beginning of last work taking into account restriction on a continuity performance of works, it is possible to define general duration of all



complex works under the formula (1):

$$T = \sum_{j=1}^{n-1} T_{j,j+1}^p + \sum_{i=1}^m t_{n,i} \quad (1)$$

Where $T_{j,j+1}^p$ – the period expansion the subsequent front of work concerning previous; m – the general number kinds of works (a current serial index, i); n – the general number fronts of works (a current serial index, j); $t_{n,i}$ – duration i works on last private front.

For definition of values the periods expansion the subsequent fronts of works we will take advantage a condition (2) at which prior to the beginning any simple work, work the same kind previous on front should be executed:

$$T_{j,j+1}^p = \max_{i=1,m} \sum_{k=1}^i (t_{j,k} - t_{j+1,k-1}) \quad (2)$$

Where $t_{j+1,0}$ – the operation time a zero kind equal to zero.

For M-CDF restrictions forbid negativity of resource communications.

Let's take advantage the previous formula (2) and we will define the periods expansion works II, III and IV, shown by following formulas (3):

$$\begin{aligned}
 T_{II}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 7-0=7 \\ 7+2-0-9=0 \\ 7+2+13-0-9-3=10 \\ 7+2+13+5-0-9-3-17=-2 \end{array} \right\} = 10; \\
 T_{III}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 9-0=9 \\ 9+3-0-6=6 \\ 9+3+17-0-6-2=21 \\ 9+3+17+8-0-6-2-11=18 \end{array} \right\} = 21; \\
 T_{IV}^p &= \max \left\{ \begin{array}{l} 6-0=6 \\ 6+2-0-8=0 \\ 6+2+11-0-8-3=8 \\ 6+2+11+4-0-8-3-15=-3 \end{array} \right\} = 8.
 \end{aligned} \quad (3)$$

Conclusions. It is offered to create in the city Odessa "the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR", as the innovative organizational structure using in practice the saved up scientific and technical potential for reconstruction buildings historical building of Odessa under standards power efficiency. Formation of streams (in the matrix form) on a method of continuous development of fronts of works (M-CDF), as line method calculation the planned schedule performance internal painting and decorating of the Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" is executed. The considered method calculation a building stream effectively to apply in need delivery in operation building objects in limiting deadlines.

References:

1. Posternak I. M., Posternak S. A. (2016). Corporate scientific and technical complex town-planning power reconstruction "CSTC T-PPR" Odessa. *The development of international competitiveness: state, region, enterprise: materials of the International scientific conference*. Lisbon, Portugal: Baltija publishing. Part II. V.1. Business economics and corporate management: innovation problem. pp. 6–8.





аспірант відділу соціально-економічного розвитку сільських територій
Науковий керівник - **Патика Н. І.**, д. е. н., професор,
завідувачка відділу соціально-економічного розвитку сільських територій
Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ЕКОСИСТЕМ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Війна з росією, гаряча фаза якої точиться в Україні з 24 лютого 2022 р., наочно продемонструвала важливість утворення стійких систем підприємництва, які б уможливили стабільну роботу аграрного сектору економіки держави та його здатність швидко трансформуватися і реагувати на найскладніші виклики кризових ситуацій воєнного стану, а також забезпечити майбутній розвиток у повоєнний період.

Це важливо для української та світової економіки і соціуму в цілому. Адже для України аграрний сектор утворює підґрунтя продовольчої безпеки, сировинний базис роботи промисловості, значну частку фінансових потоків, а також забезпечує чільне місце нашої країни на міжнародних продуктових ринках. Для світу це значення можливо навіть більше, оскільки українських аграрний сектор давно став впливовим постачальником продовольства. Вітчизняні сільськогосподарські товаровиробники постачають свою продукцію у 190 країн світу, покривають близько 44 % світового ринку соняшникової олії, 11 % пшениці, 19 % ячменю, 18 % кукурудзи, а також значні частки інших світових продовольчих та сільськогосподарських ринків. Зокрема, Україна забезпечує зерном понад 8 млн. мешканців Марокко (або 22% з 37 млн. усього населення країни), 26 млн. мешканців Єгипту (26 % з 100 млн. населення), 42 млн. мешканців Нігерії (21 % з 200 млн. населення). Українська кукурудза майже на третину формує азійські ринки, де виступає вагомим джерелом продовольства, зокрема густонаселених Індонезії та Бангладеш [1]. Тому забезпечення стійкості аграрного бізнесу в Україні убезпечить не лише фінансово-економічне становище нашої держави, а й стане запобіжником голоду у світі. Усе це сукупно підтверджує значимість утворення стійких систем підприємництва.

В останні шість-сім років у світовій науковій літературі та практиці стало стрімко поширюватися поняття «екосистема підприємництва», під якою розуміють сукупність суб'єктів та умов господарської діяльності, що спільно як раз і утворюють таку стійку систему функціонування та розвитку бізнесу. Доволі часто, із-за частки «еко-», термін «екосистема підприємництва» невинувато ототожнюють виключно із екологічною складовою, «зеленим» або екобезпечним виробництвом, залученням у процес діяльності природних ресурсів тощо. Однак в сучасній парадигмі мислення «екосистема підприємництва» є більш широким феноменом й націлена не тільки і не стільки на збереження і ощадливе ставлення до навколишнього природного середовища, скільки на дбайливе ставлення до формування і використання



бізнес-середовища, ділового інвестиційного клімату, економіки в цілому.

Не зважаючи на значне поширення означеного терміну як в науці й практиці, так і у правовому полі, до цих пір його однозначного визначення не існує. Пов'язане це перш за все з тим, що екосистема підприємництва не є чимось чітко встановленим і незмінним. Навпаки – це доволі гнучкий набір елементів, взаємодія яких рухлива, здатна швидко реагувати на зміни внутрішніх і зовнішніх умов функціонування бізнесу. Крім того, склад та взаємодія структурних компонентів екосистеми може суттєво відрізнятись для окремих видів підприємницької діяльності. Попри це можна окреслити загальні підходи щодо визначення суті та встановлення сукупності елементів екосистем підприємництва.

Так, екосистеми часто розглядають з огляду на забезпечення інноватизації економіки і розуміють як «синергію держави, підприємницького та дослідницького середовища з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів з метою трансформації знань в інноваційні продукти» [2].

З іншого боку екосистема пов'язана із процесами цифровізації і може розглядатися як спеціалізована цифрова платформа взаємодії держави і агробізнесу, завдяки якій фермери та інші господарюючі в сільському господарстві суб'єкти можуть комунікувати та формувати міцні зв'язки з постачальниками та підрядниками [3].

Одним з найбільш поширених підходів до визначення сутності та складу екосистеми підприємництва є розуміння її як сукупності підприємств та підприємців, залучених ззовні фахівців у сфері бухгалтерського обліку, юриспруденції, маркетингу, інтелектуальної власності тощо, а також бізнес-школи, асоціації підприємців, інкубатори, акселератори, коворкінги [4].

Міжнародні організації часто трактують екосистему підприємництва як сукупність і взаємодію підприємців, урядових та неурядових органів і організацій підтримки підприємництва, наукових та освітніх установ, організації технічної та технологічної підтримки, бізеорганізацій та в цілому шести компонентів: 1) підприємці; 2) організації підтримки бізнесу; 3) кластери та інноваційні парки; 4) університети та бізнес-школи; 5) корпорації та інвестори; 6) урядові організації [5].

Узагальнюючи вищевикладене можна стверджувати, що екосистема аграрного підприємництва являє собою сукупність учасників господарських відносин та чинників бізнес-середовища, які взаємодіють між собою у такий спосіб, щоб забезпечити продуктивне та ефективне підприємництво в аграрному секторі економіки.

У структурі екосистеми можна виділити таких учасників господарських відносин, як:

1) сільськогосподарські товаровиробники усіх організаційно-правових форм господарювання, в т.ч. підприємства, фермерські господарства, особисті селянські господарства;



2) підприємства і підприємці постачальницько-збутового сфери, виробничого-технічного, фінансового, бухгалтерського, кадрового та іншого обслуговування тощо;

3) господарюючі суб'єкти I-ої (матеріально-технічне забезпечення) та III-ої (первинна обробка, доробка та переробка сільськогосподарської сировини та продуктів) сфер агропромислового комплексу;

4) об'єкти виробничої, комерційної, фінансової, науково-інноваційної та іншої інфраструктури;

5) державні та місцеві органи влади і самоврядування, міністерства і відомства;

6) виразники господарських інтересів, в т.ч. спілки, асоціації та інші громадські організації;

7) міжнародні організації та організації фінансової, технічної та іншої підтримки, а також інші учасники та інституції.

Основними чинниками бізнес-середовища є ціла сукупність формалізованих та неформалізованих інститутів, сформованих традицій, правового забезпечення господарських процесів, встановлених норм, правил, стандартів діяльності, а також вся сукупність природно-кліматичних, ґрунтових, соціальних, правових, економічних, технічних, виробничих, комерційних, ринкових та інших чинників і ресурсів.

Зважаючи на непересічну роль українського аграрного сектору в нашій державі та у світі, створення та розвиток екосистем аграрного підприємництва має в сучасних умовах важливе значення.

Список використаних джерел:

1. Зовнішньоекономічна діяльність / Економічна статистика / Статистична інформація // *Державна служба статистики України*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Зміни в інноваційній екосистемі // *МОН України*. URL: <https://mon.gov.ua/ua/news/mon-provodit-opituvannya-shodo-zmin-u-innovacijnij-ekosistemi-sered-uchasnikiv-procesu-yiyi-stvorennya>.

3. Цифрова бюрократія сприяє зміцненню економіки країни та мінімізації корупції // *Міністерство агрополітики та продовольства України*. URL: <https://minagro.gov.ua/ua/news/cifrova-byurokratiya-spriyaue-zmicnennyu-ekonomiki-krayini-ta-minimizaciyi-korupciyi-taras-dzoba>.

4. Державна екосистема підтримки бізнесу // *Міністерство економіки України*. URL: <https://www.me.gov.ua/News/Detail?lang=uk-UA&id=576c5ddd-67e2-4063-8493-b845eb49d5ec&title=Presanons-DerzhavnaEkosistemaPidtrimkiBiznesu-DostupniKreditiTaNachannia>.

5. Що таке Екосистема Підприємництва і чому це важливо? // *Офіс розвитку МСП*. URL: <https://sme.gov.ua/579ecosystem/>.





Рилєєв М.С., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Управління бізнесом,
Науковий керівник – **Рилєєв С.В.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування,
Чернівецький торговельно-економічний Інститут
Державного торговельно-економічного Інституту,

ОЦІНКА РЕАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В УМОВАХ РИЗИКУ ТА НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

Важко приймати інвестиційних рішень в умовах, коли майже всі концептуальні передумови не виконуються. Саме це має місце в українській економіці завдяки наслідкам пандемії, а тепер і вторгнення військ Російської Федерації. Все це обумовлює необхідність перегляду наявних методів оцінки реальних інвестицій, побудови та застосування нових методів, які здатні врахувати та оцінити кількісно ризику.

Необхідність аналізу ризиків інвестиційних проектів обумовлена в першу чергу тим, що розрахунки та обґрунтування, що здійснюються для будь-якого інвестиційного проекту відносяться до наступних періодів та носять прогностичний характер [1, с. 5]. Так як процес реалізації інвестиційного проекту може носити тривалий характер, то зростає ймовірність відхилення прогностичних величин від можливого їх значення в певні моменти часу, тобто виникає ймовірність недостовірності показників, що використовуються для розрахунків, а як наслідок, самих розрахунків. В результаті однією з найважливіших завдань обґрунтування інвестиційного проекту стає врахування та оцінка можливих негативних наслідків використання недостовірних показників.

Основним інструментом таких досліджень виступає аналіз ризиків інвестиційних проектів, який є важливою складовою частиною комплексного обґрунтування проекту та відіграє важливу роль у прийнятті управлінських рішень щодо вкладення капіталу [2, с. 58]. З іншого боку, аналіз ризиків є тим складовим елементом, що пов'язує процес обґрунтування інвестиційного проекту та управління його реалізацією.

Даний факт вимагає подальшого удосконалення існуючої методології оцінки ризиків та невизначеності, які пов'язані з реалізацією реальних інвестиційних проектів, насамперед за такими напрямками:

- по-перше: на даний час не вироблено єдиних підходів щодо понятійного апарату теорії ризику. Визначення поняття “ризик” значної кількості авторів не відображають соціально-економічної сутності проблеми та потребують на основі їх аналізу та синтезу переосмислення, уточнення формулювання та удосконалення методології оцінки явищ ризику та невизначеності в інвестуванні.

- по-друге: не дивлячись на те, що наука пропонує інструментарій методів оцінки ризику інвестиційних проектів, більшість цих методів вимагає наявності значної інформаційної бази або засновані на ринкових методах оцінки, застосовуваних лише у припущеннях, виконання яких має місце лише почасти в



умовах розвинутої ринкової економіки переважно англосаксонської моделі. Їх застосування в українських умовах, на наш погляд, не адекватне та вносить лише видимість оцінки ризику, яка заснована на “не працюючих” моделях.

- по-третє: проблема відбору проектів для включення до портфеля та оцінки його портфеля проектів й фінансових інвестицій з врахуванням невизначеності та ризику, стратегічних інтересів організатора проекту та інвестора, на наш погляд, висвітлена у літературі достатньо зверхньо. З одного боку, портфель фінансових інвестицій оцінюється з врахуванням ризику за достатньо формалізованими методиками, здатними охарактеризувати поряд із додатковими обмеженнями на ліквідність елементів такі важливі показники, як ризик та доходність. З іншого боку, методи відбору інвестиційних проектів у завданні раціонування капіталу далекі від досконалості. Багатокритеріальна задача лінійного програмування не дає, на наш погляд, повної уяви про якість портфеля, створюючи його навмисно неоптимальним, не маючи при цьому значних переваг перед методами простого ранжування щодо показників ефективності проектів. Практично відсутні рекомендації щодо формування змішаного портфеля реальних та фінансових інвестицій.

- по четверте: вирішення методологічної проблеми формування оптимального портфеля проектів та фінансових інвестицій бачиться нам через діалектичний синтез підходів стратегічного планування та фінансового менеджменту із застосуванням сучасних методів кількісної оцінки ризику та невизначеності. Також ми вважаємо відмітити, що досить глибоке просування теорії у вузьких областях математичного програмування та кількісних методів фінансового аналізу все ж таки не дозволяє вважати вирішеною задачу оптимізації прийняття рішень (у т.ч. рішення щодо раціоналізації капіталу) в умовах ризику та невизначеності.

Вирішення зазначених проблемних питань може здійснюватися у наступних аспектах врахування ризику інвестиційного проекту:

- вплив ризику на показники ефективності інвестиційних проектів;
- процедури оцінки ризику;
- можливості управління ризиками;
- використанні різних математичних апаратів для оцінки ризиків;
- ув'язка оцінки ризиків з інвестиційним плануванням та стратегічним плануванням;
- специфічні класифікації ризиків.

Список використаних джерел:

1. Бояринова К. О. Невизначеність та ризику в управлінні реалізацією інвестиційно-інноваційних проектів підприємств. *Економіка та держава*. 2020. № 2. С. 4–9.
2. Іщенко І. С. Управління ризиками інвестиційних проектів торговельних підприємств : дис. ... канд. екон. наук. : 08.00.04. Полтава, 2021. 217 с.





Руцшин М. О., аспірантка кафедри фінансів,
грошового обігу й кредиту

Науковий керівник – **Крупка М. І.**, д.е.н., професор,
завідувач кафедри фінансів, грошового обігу й кредиту,
Львівський національний університет Імені Івана Франка

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні особливого значення набуває розвиток стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств, яке орієнтує підприємства на ефективне функціонування на підставі впровадження новітніх технологій у виробничу й управлінську діяльність, при реалізації сукупності бізнес-процесів, їхньої цілісності та узгодженості на конкурентних ринках.

Сучасна економіка під впливом глобалізаційних чинників формує нові вимоги до підприємств, які мають прояв через жорстку конкурентну боротьбу та необхідність адаптивно реагувати на динамічність зміни ринку та відповідної галузі діяльності. Інноваційна діяльність є однією з головних умов успішного функціонування підприємств в ринковому середовищі, що обумовлює його конкурентні переваги та фінансову стійкість.

За таких умов інновації необхідно розглядати як ресурс, який потрібно ретельно планувати у процесах його залучення, відтворення, впровадження та реалізації. При цьому, успіх зазначених процесів залежатиме від здатності підприємств адаптуватися до змін через стратегічне управління інноваційним розвитком. Успіх стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств залежить від правильності обраної стратегії, яка має передбачати реакцію на зміни в структурі бізнесу, інноваційній діяльності (розробка та впровадження нових видів продукції та послуг), фінансуванні та інвестуванні (пошук нових джерел та умов), методах управління, ресурсному забезпеченні, тощо [1, с. 128].

Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств розглядається як складна економічна система, що складається з різних підсистем управління: матеріально-технічним постачанням, виробництвом, персоналом, збутом, інформацією, ризиками, організацією, інноваціями, фінансами. Головною метою впровадження стратегічного управління є необхідність забезпечення безперервного та сталого розвитку підприємств в динамічних умовах зовнішнього середовища. Перехід підприємств до стратегічного управління забезпечить можливість передбачення майбутнього розвитку та прийняття своєчасних управлінських рішень, цілей і стратегій.

Сутність стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств визначається специфічними цілями та ефективністю, пріоритетним урахуванням зовнішнього середовища, а завоювання і утримання конкурентної переваги розглядаються як засіб досягнення стратегічно вагомих результатів. Стратегічне управління інноваційного розвитку підприємств – це процес, який передбачає встановлення цілей, вироблення базових напрямків з урахуванням альтернатив розвитку, здійснення комплексу організаційних, технічних, економічних та виховних заходів щодо реалізації стратегії, визначення етапів



стратегічного управління, на відповідних стадіях життєвого циклу підприємств, систематичний контроль, адаптивне оперативне регулювання для підтримки стійкої роботи підприємств [2, с. 274].

Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств має забезпечити виживання підприємств і досягнення їх цілей в довгостроковій перспективі. При цьому основна увага керівництва має бути сконцентрована на зовнішньому оточенні для швидкої та адекватної реакції на зміни в ньому. Перш за все, стратегічне управління інноваційним розвитком підприємств базується на людському потенціалі як основі підприємства, при цьому орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і проводить своєчасні зміни, що відповідають виклику з боку оточення і дають змогу домагатися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість підприємствам виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своїх цілей.

Ефективність управління інноваційним розвитком підприємств залежить від правильно сформованої концепції. Концепція стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств полягає в наступному [3]:

- розкрити сутність і зміст таких категорій як стратегічне управління, стратегія інноваційного розвитку підприємства;
- визначити об'єкт та предмет наукових досліджень у сфері стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства;
- на підставі сутнісного змісту зазначених категорій визначити можливі напрями інноваційного розвитку підприємства;
- встановити взаємозв'язок напрямів інноваційного розвитку підприємства із складовими інтелектуального капіталу підприємства;
- визначити принципи стратегічного управління інноваційним розвитком підприємства;
- розробити систему стратегій інноваційного розвитку підприємства з урахуванням напрямків інноваційного розвитку;
- обґрунтувати систему оціночних показників та індикаторів інноваційного розвитку підприємства;
- розробити ефективний організаційно-економічний механізм управління інноваційним розвитком підприємства.

За своєю сутністю будь-які стратегічні заходи, що вживаються підприємствами, носять інноваційний характер, оскільки вони базуються на нововведеннях економічного, виробничого або збутового потенціалів. Інноваційні стратегії управління, що розробляються на підприємствах, є реакцією на мінливі умови зовнішнього середовища і сприяють найбільш ефективному використанню наявного у них потенціалу. Стратегії управління інноваційного розвитку підприємств можуть бути представлені:

- використанням новітніх ресурсів або методів застосування вже освоєних у виробництві ресурсів;
- інноваційною діяльністю підприємств, головними цілями яких є



розробка і впровадження у виробництво новітніх технологій, а також методів і засобів виробництва і управління;

- створенням на підприємствах раціональної організаційної структури;
- поліпшенням соціальної сфери підприємств енергетики.

Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств повинен бути зорієнтованим на цілеспрямований пошук і реалізацію ринкових можливостей інноваційного розвитку, які відкриваються перед підприємствами, що забезпечують їх тривале виживання й розвиток у нестабільному ринковому середовищі, відповідно до обраної місії. Ефективний механізм стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств повинен враховувати різні варіанти інноваційної діяльності підприємств й сукупність чинників, а саме : науково-технічний потенціал, рівень розвитку дослідно-експериментальної бази; стан нематеріальних активів і наявність результатів уже виконаних НДДКР; структура продукції з урахуванням частки ринку, наявність фінансових та інвестиційних ресурсів тощо.

Розробка і здійснення стратегій управління інноваційним розвитком підприємств супроводжуються їх перебудовою, оскільки необхідно забезпечити чітке поєднання здійснюваних виробничих процесів з виникаючими стратегічними викликами, проводити інноваційні зміни, враховуючи попит на продукцію, послуги, організацію і технології.

Стратегічне управління інноваційною діяльністю підприємств забезпечує здійснення обґрунтованого вибору стратегій, організацію їх виконання, поточну координацію ходу реалізації стратегій, відображає стан інтенсивності діяльності і тип нововведень.

Отже, ефективна робота будь-якого підприємства у довгостроковому періоді, його економічне зростання визначаються правильним вибором стратегічних орієнтирів, що дозволяють найкращим чином реалізувати технічний та людський капітал й інші ресурси, які перебувають у розпорядженні підприємств. На сьогодні винятково важливим стає організація такого управління, яке змогло б забезпечити адаптацію підприємствам до швидких змін умов ведення бізнесу. Прискорення змін у зовнішньому середовищі, поява нових потреб у споживачів, зростання конкуренції, розвиток інформаційних мереж, а також ряд інших причин стали поштовхом до підвищення ролі стратегічного управління інноваційним розвитком підприємств.

Список використаних джерел:

1. Ковтуненко К. В., Пар'єва О. О. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства: сутність, класифікація стратегій. *Economic journal Odessa polytechnic university*. 2020. Вип. 2(12). С. 128-139.
2. Гораль Л., Брич Б., Клименко К. Стратегічне управління інноваційними процесами підприємств енергетики *Економічний аналіз*. 2021. № 1. С. 271-278.
3. Корнух О. В. Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства. *Ефективна економіка*. 2013. № 12. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2607>.



Руцишин Н. М., д.е.н., професор, професор кафедри фінансів, економічної безпеки, банківської справи та страхового бізнесу,
Семенович І. В., здобувач вищої освіти першого (бакалаврського) рівня спеціальності “Економіка” ОПП “Міжнародна економіка”,
Львівський торговельно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ БЕЗРОБІТТЯ МОЛОДІ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Останніми роками в Україні утримується високий рівень безробіття серед молоді. Ця прикра ситуація пов'язана як із фінансово-економічною кризою, так і з відсутністю системної державної політики щодо зайнятості цієї категорії працездатних, а також ускладнюється сучасними реаліями, пов'язаними з епідемією коронавірусу.

За даними Державної служби статистики України в 2019 році безробітних віком від 15 до 24 років було понад 15 %, а в 2020 році – вже 19,3 % (рис. 1), тоді як середній рівень безробіття для усіх вікових категорій був удвічі нижчий (9,5 %).

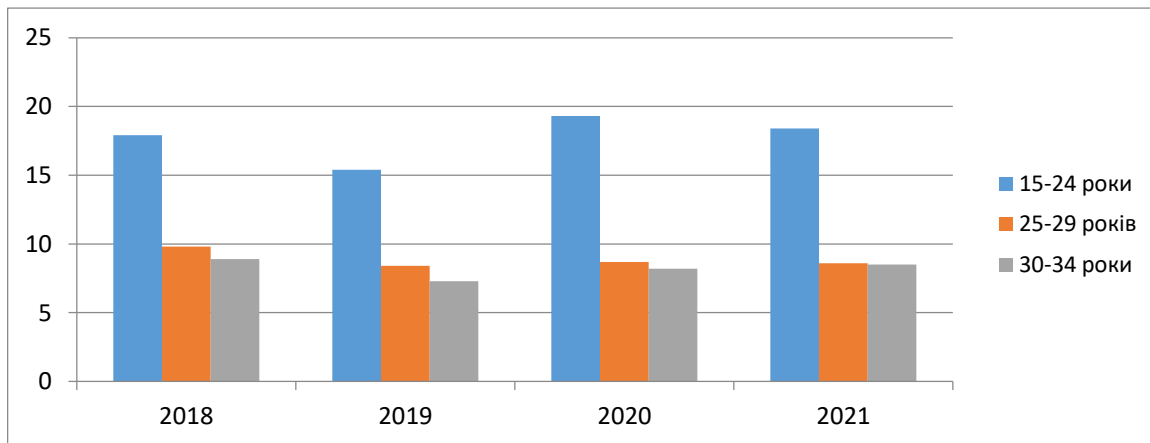


Рис. 1. Рівень безробіття серед молоді в Україні

Джерело: складено за даними [1]

Показники безробіття за перше півріччя 2021 року трохи менші, проте все ж тримаються на високому рівні і складають 18,4 % у віковій групі до 24 років. Безробітних у вікових групах 25-29 років і 30-34 роки вдвічі менше.

Вбачається, що наймолодші працездатні громадяни України є найбільш вразливою категорією на ринку праці, адже роботодавці не поспішають брати на роботу недосвідчених працівників або пропонують низьку оплату праці, яка не приваблює пошукувачів. Таким чином без належної державної політики ця ситуація не може бути вирішена.

Для вирішення проблеми молодіжного безробіття варто розібратися з причинами його виникнення. Їх можна розділити на два типи: екзогенні, тобто, пов'язані із зовнішніми впливами (світова фінансово-економічна криза та міграційні процеси), та ендогенні, тобто пов'язані із внутрішніми процесами [2, с. 143]. До останніх відносяться: недосконалі програми розвитку молоді; диспропорції між попитом та пропозицією на ринку праці; невідповідність кваліфікації молодих спеціалістів вимогам роботодавців; недосконалість



законодавства з питань зайнятості, суперечності щодо вікових меж молоді України; недостатня поінформованість абітурієнтів про потреби ринку; різний рівень розвитку регіонів України.

Науковці давно вивчають проблеми працевлаштування молоді, тому існує чимало підходів у розв'язанні цієї проблеми. Пропоную розглянути її саме у розрізі допомоги від держави, а саме – соціального страхування.

Загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття – система прав, обов'язків і гарантій, яка передбачає матеріальне забезпечення на випадок безробіття з незалежних від застрахованих осіб обставин та надання соціальних послуг за рахунок коштів Фонду загальнообов'язкового державного соціального страхування України на випадок безробіття [3].

Право на соціальні послуги та матеріальне забезпечення серед інших має також і молодь, яка закінчила або припинила навчання у загальноосвітніх, професійно-технічних і вищих навчальних закладах, звільнилася із строкової військової або альтернативної (невійськової) служби і яка потребує сприяння у працевлаштуванні на перше робоче місце у разі реєстрації в установленому порядку відповідних осіб як безробітних.

Мінімальний розмір допомоги по безробіттю становить від 650 до 1800 грн на місяць. Не надто велика сума, втім матеріальна допомога – це не єдиний спосіб допомоги безробітним.

Державна служба зайнятості пропонує також такі види соціальних послуг, як професійна підготовка або перепідготовка, підвищення кваліфікації у професійно-технічних та вищих навчальних закладах, у тому числі в навчальних закладах державної служби зайнятості, на підприємствах, в установах, організаціях.

Таким чином, молодий українець, який не має певної кваліфікації або отримав недостатньо високий рівень кваліфікації, щоб знайти гідну роботу, може підвищити свій рівень за державний кошт, на додачу до того, пройшовши практику у профільних установах. Крім того, служба пропонує послуги профорієнтації для тих, кому складно визначитися зі сферою, де він міг би проявити себе.

Звичайно, спеціалісти державної служби зайнятості проводять пошук роботи та сприяють у працевлаштуванні, у тому числі шляхом організації громадських робіт для безробітних у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України.

Роботодавці – суб'єкти малого підприємництва, які працевлаштовують безробітних громадян, як мотивацію отримують компенсації відповідно до статті 26 Закону України “Про зайнятість населення”. Також у разі необхідності безробітним можуть надати ваучер для підтримання конкурентоспроможності шляхом перепідготовки, спеціалізації, підвищення кваліфікації за професіями та спеціальностями для пріоритетних видів економічної діяльності (стаття 30 Закону України “Про зайнятість населення”).



Проте, досліджуючи ріст безробіття серед молоді, дані заходи не дуже добре працюють. Можна висловити припущення, що так відбувається зокрема через те, що ті вакансії, які пропонують працедавці не відповідають запитам молоді, зокрема у питанні гідної оплати праці, а також не відповідають вимогам часу. Водночас, самотійно навчатися і безкоштовно отримати якісні навички у відповідній сфері непросто. Для вирішення цих проблем можна звернутися до досвіду європейських країн.

Автори аналітичного дослідження “Рішення для молодіжної зайнятості: вплив громадянського суспільства в Україні, Грузії та Молдові”, яке здійснили ГО “Молодіжна альтернатива” та ГО “Фундація “Відкрите суспільство”, зазначають, що на сьогодні молодіжна політика зайнятості в Євросоюзі є одним із пріоритетів і покликана зберегти робочі місця, дати можливість здобути нові навички, пройти перекваліфікацію, знайти роботу вже у сфері нових технологій [4].

Зокрема, у ЄС існує програма під назвою “Молодіжна гарантія”, яка щороку охоплює понад 3 млн молодих людей, котрі можуть пройти стажування, навчання і навіть отримати фінансування свого стартапу.

Наразі Україна не використовує підходи державної допомоги ЄС щодо фінансування програм сприяння зайнятості, професійному навчанню, хоча Угода про асоціацію з ЄС відкрила такі можливості.

Для вирішення проблеми безробіття серед молоді можна збільшити кількість центрів перепрофілювання спеціалістів, покращити якість навчання та підвищити різноманіття вибору кваліфікацій; виділяти більше коштів на програми стажування у великих компаніях, які здатні дати гарний досвід роботи для молодих спеціалістів; створити окремий портал пошуку роботи для студентів та випускників; організовувати ярмарки вакансій тощо. Звичайно, зазначені заходи потребують додаткових фінансових видатків, проте, майбутнє, яке можуть створити молоді і креативні спеціалісти, надзвичай важливе для України.

Список використаних джерел:

1. Безробіття населення (за методологією МОП) за статтю, типом місцевості та віковими групами. *Державна служба статистики України*. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2017/rp/eans/eans_u/arch_bnsmv_u.htm
2. Яценко Н. М., Яковенко Я. Ю. Причини безробіття молоді в Україні. *Вісник КрНУ імені Михайла Остроградського*. 2013. Вип. 1. С. 143-144.
3. Про загальнообов'язкове державне соціальне страхування на випадок безробіття : Закон України від 02 березня 2020 р. № 22-ВР. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1533-14>
4. Рішення для молодіжної зайнятості: вплив громадянського суспільства в Україні, Грузії та Молдові. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3125289-risenna-dla-molodiznoi-zajnatosti-vpliv-gromadanskogo-suspilstva-v-ukraini-gruzii-ta-moldovi.html>





ФОРМУВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Впровадження інновацій має значний вплив на забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарського виробництва і ефективності функціонування сільськогосподарських підприємств. Активізації інноваційної діяльності дозволяє підприємствам нарощувати конкурентні переваги на внутрішньому та зовнішньому ринках. Тому пріоритетним на сьогодні є дослідження особливостей формування інноваційних стратегій сільськогосподарських підприємств.

Специфічні умови господарювання сільськогосподарських підприємств, на які впливають безліч внутрішніх та зовнішніх чинників, визначають необхідність розроблення інноваційних стратегій, орієнтованих на стабілізацію та зростання економічної активності таких підприємств.

Інноваціями, згідно Закону України «Про інноваційну діяльність», є «...новостворені і вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва та соціальної сфери» [1].

Ефективний розвиток сільськогосподарського виробництва можна забезпечити на основі впровадження передових технологій, тобто агроінновацій. Вважаємо, що агроінновації – це нововведення у сільському господарстві, які спрямовані на отримання комерційного ефекту від їх застосування, а саме: нові сорти рослин, технології вирощування в рослинництві, нові породи тварин, технології виробництва продукції тваринництва, засоби захисту рослин і тварин тощо.

В Україні наявний значний науково-інноваційний потенціал у галузі сільського господарства. Функціонує значна кількість науково-дослідних установ, дослідних господарств, експериментальних виробництв тощо. Вони допомагають сільськогосподарським підприємствам у реалізації інноваційної діяльності.

Застосування інновацій в сільському господарстві допускає одержання відповідного ефекту, який проявляється в покращенні організації праці, підвищенні матеріального стану, покращенні соціальних умов, охороні навколишнього середовища тощо (рис. 1).

Фундаментальним напрямом подолання кризових явищ у сільському господарстві має бути розробка інноваційної стратегії та її реалізація. Така стратегія повинна ґрунтуватися на теорії економічного зростання та конкурентних переваг.

На думку Кіпіоро І. стратегії інноваційного розвитку мають враховувати складові розвитку:



- інноваційна політика розвитку сільського господарства;
- завдання та мету системи інноваційних трансформацій;
- існуючий виробничий та ресурсний потенціал;
- зміни у полі інституціонального управління;
- важливі напрями реалізації інноваційної політики аграрної галузі;
- здійснення інноваційного потенціалу [2].

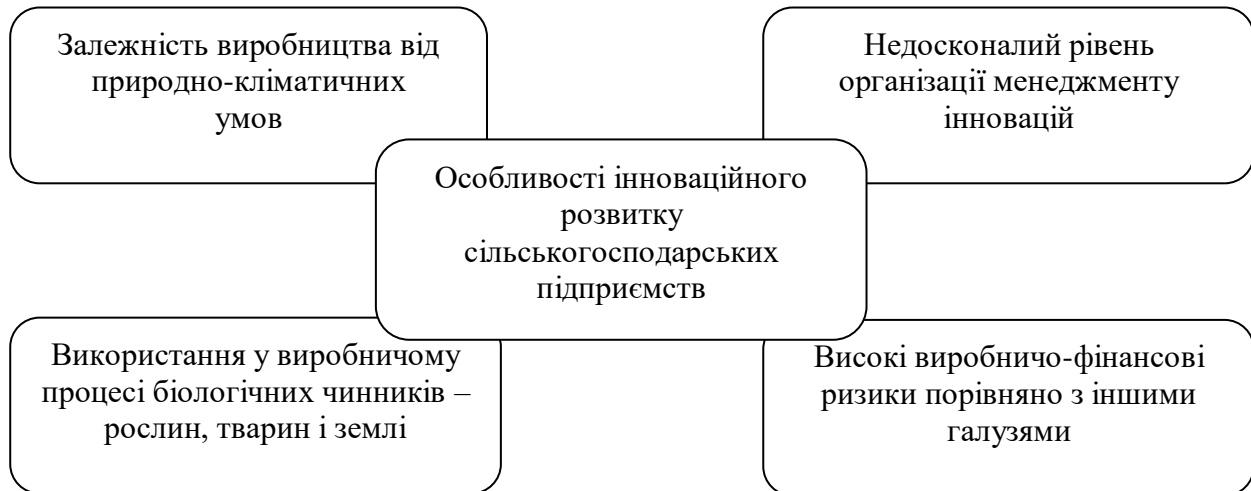


Рис. 1. Особливості інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств

Стратегії підприємства, як правило, поділяють дві групи:

1. Стратегії розвитку, її вибір у галузі сільського господарства зумовлений співвідношенням сильних та слабких сторін, які аналізують економічний, інвестиційний та інноваційний стан сільськогосподарських підприємств. Вдала стратегія розвитку сільськогосподарських підприємств спроможна збільшити внутрішній потенціал підприємств, та використовуючи зовнішні можливості покращити їх стан на вітчизняному ринку продукції з виходу на міжнародні ринки.

2. Стратегія функціонування - пов'язана з діяльністю сільськогосподарського підприємства на ринку.

Стратегія інноваційного розвитку підприємства – це визначення певної місії та цілей підприємства, які передбачають активізацію інноваційної діяльності, відрізняються новизною, як для підприємств, так і для галузі, ринку, споживачів.

Формування інноваційної стратегії підприємства має здійснюватись на рівні окремого регіону, оскільки вона залежить від територіальних чинників економічного, соціального та інституціонального розвитку певного регіону. Для Львівської області мають бути враховані такі чинники як: близькість до кордону з Республікою Польща, розвиток інфраструктури, розвиток підприємницької діяльності та інші притаманні даному регіону особливості (рис. 2).

Дані етапи перебувають у тісному зв'язку між собою. Стратегії



інноваційного розвитку на регіональному рівні повинні розв'язати проблеми щодо визначення пріоритетів у розвитку того чи іншого регіону.

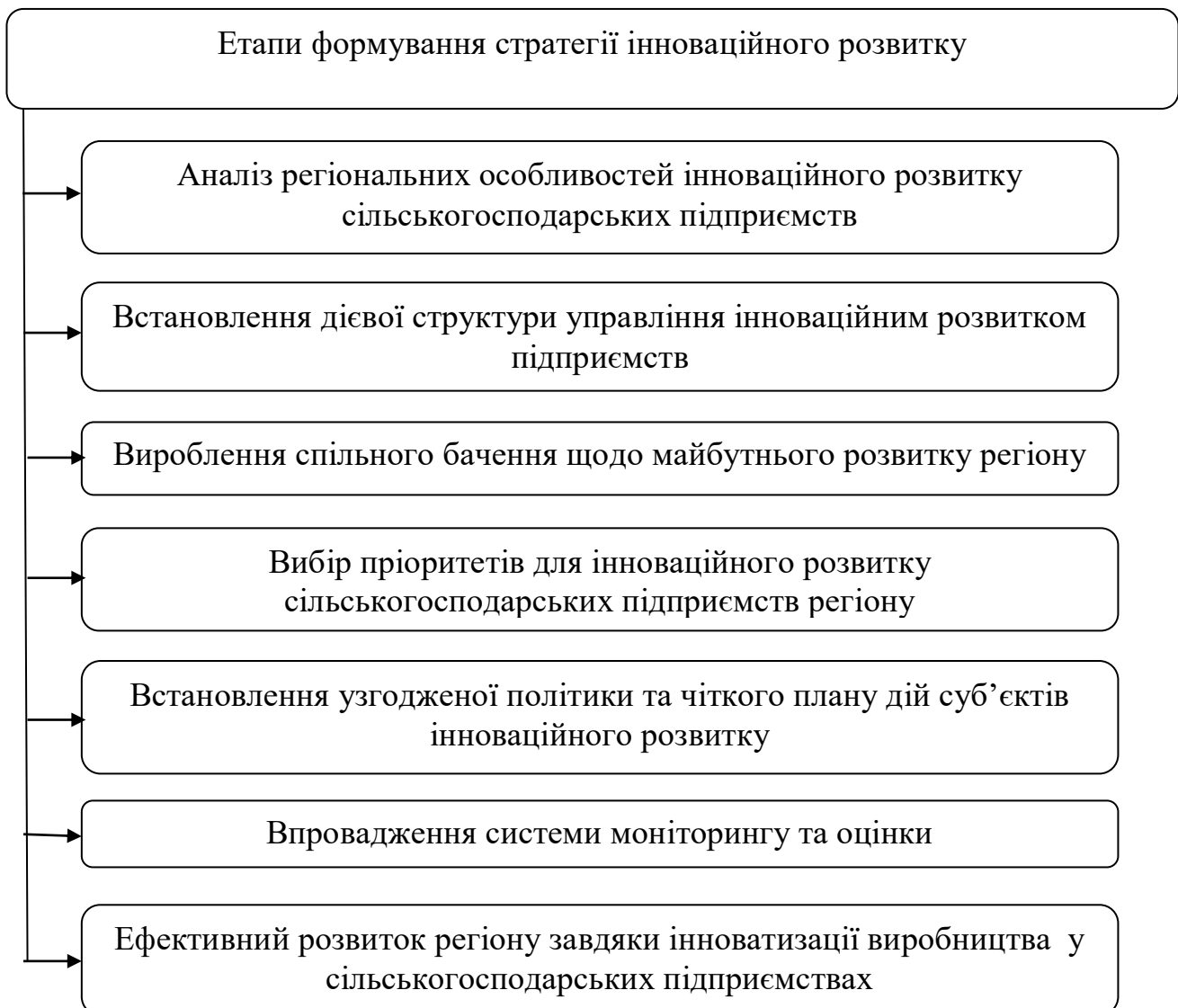


Рис. 2. Етапи формування стратегії інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств Львівської області

Отже, ефективна реалізація інноваційних стратегій підприємств регіону передбачає наявність відповідних ресурсів та стимулів і повинна враховувати чинники, притаманні даному регіону, його особливості та специфіку.

Список використаних джерел:

1. Про інноваційну діяльність : Закон України від 4 липня 2002 р. № 40-IV. URL: <http://www.portal.rada.gov.ua> (дата звернення: 20.02.2022).
2. Кіпіоро І. М. Механізми активізації інноваційно-інвестиційної діяльності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2015. № 4. 151с.





ОСОБЛИВОСТІ МОДЕЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ

Сучасний етап НТП окреслюється зростаючим динамізмом економічних процесів, прискореним оновленням асортименту споживчих товарів, технологічних рішень, виникненням і розвитком принципово нових галузей виробництва, продукція яких мала б максимально задовольняти потреби споживачів, не обмежуючись межами існуючих досягнень. Сьогодні весь світ захопила хвиля інтенсивного використання інновацій, що обумовлює повний перехід до так званого інноваційного типу розвитку.

Інноваційний розвиток потребує залучення значних ресурсів, особливо для малих та середніх підприємств, які, маючи інноваційні ідеї, у своїй більшості не спроможні її реалізувати. Важливим питанням розвитку інноваційної діяльності підприємств є визначення джерел фінансування інноваційних проєктів. Далеко не всі вітчизняні підприємства мають можливість здійснювати впровадження інновацій у достатньому розмірі за власні кошти. Обсяг фінансування за рахунок бюджетних коштів держави також є обмеженим, а підтримка від іноземних інвесторів та міжнародні гранти зараз надходять у недостатній кількості [1].

Створення ефективного механізму фінансування венчурного бізнесу є актуальною проблемою не лише в практичному, а й у теоретичному аспекті сучасної економіки. У країнах з розвинутою інноваційною економікою механізм венчурного фінансування пройшов тривалий період еволюційного перетворення на повноцінний інститут, що відповідає потребам розвитку національного наукоємного венчурного бізнесу як елемента національної інноваційної системи. Попри те, що окремі елементи механізму венчурного фінансування використовують в економіці України, створення цілісного інституту на сьогодні не реалізовано: не визначено всі необхідні ланки фінансування від розробки проєкту й до відшкодування витрат і отримання прибутку. Відсутність цього інституту є істотною перешкодою в реалізації плану модернізації та переходу до інноваційного етапу розвитку економіки України [2, с. 3].

Модернізація економіки України, результатом якої повинна стати її трансформація в інноваційно-активну, передбачає структурно-організаційну перебудову формування ефективної національної науково-інноваційної системи, органічною частиною якої є венчурний бізнес. Основною умовою становлення й розвитку малого наукоємного венчурного бізнесу є особлива система його фінансування. Своєю чергою, ефективно діючий механізм фінансування реально впливає на мотивацію інвесторів у визначенні масштабів і напрямів капіталовкладень у венчурний бізнес [2]. В таких умовах особливого значення набувають питання моделювання розвитку венчурного бізнесу в Україні.



Сучасні процеси інтеграції та глобалізації сприяють появі в Україні нової моделі розвитку інвестиційно-інноваційної діяльності, яка б мала за основу венчурний бізнес. Механізм венчурного фінансування інноваційних процесів допоможе вирішити ряд життєво важливих для української економіки питань, дасть змогу залучити Україну в процеси глобальної конкуренції й рівноправно та незалежно інтегрувати у світовий інноваційний простір у довгостроковій перспективі. Найважливішими завданнями, які можна вирішити за допомогою венчурного фінансування в Україні, є: активізація інноваційного розвитку; формування потужної політики малого та середнього підприємництва; залучення приватного капіталу в розвиток науково-технологічної сфери, обсяг якого здатен у багато разів перевищити державні інвестиції; модернізація української промисловості зі створення нових виробництв на основі хай-тек; формування ефективної системи залучення в українську промисловість інтелектуальної власності та інших результатів інтелектуальної діяльності; забезпечення умов для раціонального використання основних фондів багатьох підприємств, які втратили свою конкурентоспроможність; залучення цільових іноземних інвестицій в інноваційну сферу; мобілізація коштів населення для розвитку науково-технологічної сфери; зменшення безробіття і як результат – вирішення актуальних соціально-економічних проблем; збільшення загальної ділової активності українських підприємств [2, с. 169-170].

Науковці Федорович П. П. [3], Харів П. С. [3] пропонують здійснювати моделювання розвитку венчурного бізнесу через призму моделювання аналізу ризиків венчурного бізнесу, моделювання аналізу привабливості венчурних інвестиційних проєктів та моделювання формування збалансованого інвестиційного портфеля.

Науковиця Лапицька Л.М. [4] для моделювання розвитку венчурного бізнесу, зокрема моделювання грошових потоків венчурного проєкту використовує модель ухвалення інвестиційних рішень, формування грошових потоків інвестиційного проєкту та управління ними.

Науковець Пилипенко Б.І. [5] рекомендує виконувати моделювання розвитку венчурного бізнесу через моделювання системного ризику щодо розвитку венчурного інвестування.

З метою визначення впливу прямих ознак ефективного функціонування венчурного капіталу на макроекономічну ситуацію пропонується брати до уваги такі фактори, як витрати на НДДКР (сукупні державні та приватні витрати на НДДКР комплексно характеризують ставлення всіх суб'єктів до розвитку науки і техніки); рівень освіченості населення (частка населення з вищою освітою розглядається як фактор впливу інтелектуального капіталу на інноваційний розвиток країни, що є важливою складовою венчурного капіталу); відсотки за кредит (середнє значення ставки кредитування характеризує доступність грошових ресурсів суб'єктам венчурного підприємництва). Згодом кількість факторів можна збільшити як за рахунок додавання нових, так і за рахунок деталізації запропонованих [5, с. 150].



Враховуючи напрацювання як вітчизняних, так і зарубіжних науковців, при моделюванні розвитку венчурного бізнесу використовують різноманітні моделі і здійснюють моделювання через призму аналізу ризиків венчурного бізнесу, системного ризику, аналізу привабливості венчурних інвестиційних проектів, формування збалансованого інвестиційного портфеля тощо, тобто враховуючи як доступність інформації, так і поставлені науковцями завдання і цілі.

Список використаних джерел:

1. Яковлев А. І. Аналіз стану інноваційної діяльності в Україні та шляхи його поліпшення. *Наука та наукознавство*. 2018. № 2 (100). С. 29–44.
2. Поляк М.М. Розвиток інвестиційно-фінансового механізму венчурного бізнесу в Україні : дис... канд. екон. наук : 08.00.03 / Буковинський державний фінансово-економічний університет. Чернівці, 2015. 191 с.
3. Федорович П.П., Харів П.С. Моделювання розвитку венчурного бізнесу : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2008. 212 с.
4. Лапицкая Л.М. Венчурное финансирование : учеб. пособие. Минск : БГУ, 2019. С. 184.
5. Пилипенко Б.І. Венчурний капітал як джерело фінансування інноваційних процесів : дис... канд. екон. наук : 08.00.08 / ДВНЗ «Університет банківської справи». Київ, 2015. 273 с.





ОБГРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО КОНТРОЛІНГУ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Стратегічний контролінг стимулює успішну діяльність підприємства в майбутньому і допомагає підприємству ефективно використовувати його конкурентні переваги. В системі стратегічного контролінгу важливо ефективно поєднувати методичну, інформаційну, регулюючу і оцінюючу базу. Складні, багаторівневі і мультифункціональні підходи повинні бути зрозумілі самому менеджменту і персоналу, не ускладнювати роботу, а сприяти зростанню ефективності, деталізації позицій і обґрунтування рішень.

Аналіз сучасного стану українських підприємств вказує на низьку ефективність управлінської роботи стосовно результатів діяльності підприємств. Тому важливість впровадження нових підходів до управління машинобудівними підприємствами є очевидним та свідчить про необхідність актуальних підходів до менеджменту підприємства [1,2,3].

Беззаперечним є той факт, що машинобудівні підприємства повинні звернути увагу на досвід зарубіжних компаній, які в межах технологій стратегічного управління набули неабиякого досвіду. Так О. О. Шапуров вказує на необхідність оцінювання ефективності розвитку вітчизняних підприємств на підставі технологій стратегічного управління, що використовує ці оцінки об'єкта управління на стадії контролю [4]. Саме тому ми пропонуємо впровадження стратегічного контролінгу в систему управління розвитком підприємства.

Аналізуючи організаційну структуру підприємств, фінансовий стан за останні роки, підхід щодо управління тощо, у попередніх розділах було визначено, що одним із недоліків є те, що контрольно-інформаційна система неспроможна забезпечити якісну інформаційну підтримку прийняття управлінських рішень. Саме тому, зазначений стан підприємств свідчить про необхідність кардинальних змін за багатьма напрямками, одним з яких є застосування інноваційної системи стратегічного управління підприємством. Тому необхідність ретельної перевірки усіх параметрів функціонування підприємства, забезпечення якісної інформаційної підтримки управлінських рішень та визначення стратегічних напрямів його діяльності та контроль досягнення визначених цілей є сигналами до реалізації системи контролінгу в найближчому майбутньому.

Таким чином необхідність вдосконалення управління розвитком машинобудівних підприємств можна розглядати з позиції трьох рівнів: на загальнодержавному або макрорівні, на галузевому або мезорівні та на рівні безпосередньо самого підприємства або мікрорівні. Змістовність та обґрунтування необхідності впровадження системи стратегічного контролінгу



для управління розвитком на машинобудівних підприємствах зображено на рисунку 1.



Рис. 1. - Обґрунтування необхідності впровадження стратегічного контролінгу для управління розвитком підприємства

Згідно визначеним потребам побудови моделі стратегічного контролінгу, сучасні промислові підприємства не можуть уникнути багатьох перепонів ефективного функціонування, що заважають досягти економічних результатів діяльності, а саме: мінливості зовнішнього середовища, яка виявляється в зміні конкурентного середовища, інноваційного потенціалу інформаційної та комунікативної техніки; зміні цінностей на ринку праці та в суспільстві; необхідності цільового контролю підприємства, побудові моделі антикризового управління промисловим підприємством; ускладненні системи управління підприємством тощо.

Особливу увагу привертають такі проблеми, пов'язані з формуванням та реалізацією управлінських рішень: забезпечення інструментальної та методологічної бази підтримки стратегічних управлінських рішень, формування сучасної обліково-аналітичної підсистеми в управлінні підприємством, підвищення гнучкості та стійкості підприємства, переміщення акценту з контролю минулого на аналіз майбутнього.

Спираючись на теоретичні підходи щодо контролінгу розглянути в



першому розділі, результати вищезначених та власних досліджень можемо стверджувати, що при формуванні та функціонуванні забезпечення системи управління розвитком в межах стратегічного контролінгу необхідно враховувати і вирішувати такі завдання:

- забезпечити координацію підрозділів підприємства в інформаційній системі та релевантність економічної інформації для менеджерів щодо встановлення кількісних і якісних цілей підприємства в межах встановленої відповідальності за стратегічне планування і розробку альтернативних стратегій;

- розробляти та удосконалювати управлінські технології реєстрації зовнішньої і внутрішньої економічної інформації та створювати комплекс індикаторів, що покладаються в основу розробки та оцінки стратегічних планів;

- реалізовувати технології визначення «вузьких» і пошуку «слабких» місць в поточній бізнес-моделі компанії;

- визначати контрольні показники і розробляти методи їх розрахунку відповідно до встановлених стратегічних цілей розвитку;

- розробляти управлінські технології формування звітності для менеджерів щодо порівняння планових (нормативних) і фактичних значень контрольних показників з метою виявлення причин та наслідків відхилень при реалізації стратегічних ініціатив.

Список використаних джерел:

1. Манойленко О. В., Ходирєва О. О. Контролінг як сучасний метод управління ресурсним потенціалом промислового підприємства. *Management resource potential of economic entities in the context of global economic transformations* : мат. науково-практ. INTERNET-конф., м. Харків – Пшеворськ, 19 черв. 2019 р.

2. Ходирєва О. Сучасний стан та проблеми розвитку машинобудівних підприємств України. *Економічний аналіз*. 2021. Т. 31, № 1. С. 227–238.

3. Ходирєва О. О. Теоретичні аспекти формування системи управління факторами розвитку промислового підприємства на засадах стратегічного контролінгу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2021. Т. 37. С. 88–94.

4. Шапуров О. О. Підвищення ефективності виробничо-господарської діяльності машинобудівних підприємств на основі стратегічного управління. *Економіка та держава*. 2009. Т. 10. С. 41–44.





РОЛЬ ІННОВАЦІЙНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В УПРАВЛІННІ ІННОВАЦІО-ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Інноваційно-інвестиційну діяльність підприємства необхідно розглядати як складну динамічну стохастичну систему, що складається з різних за своєю природою процесів та у загальному випадку включає: інноваційний процес (НДДКР або пошук відповідних нововведень; кількісні, якісні та структурні перетворення); процеси організаційно-економічного, інвестиційного та соціокультурного забезпечення нововведень [1, с. 83].

Але організаційні структури управління підприємствами зазвичай не пристосовані до вирішення завдань інноваційно-інвестиційної діяльності. Дуже часто, це класичні лінійно-функціональні структури, які не здатні нести функції інноваційного характеру. Для ефективного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства необхідно включати в структуру підприємств підрозділи, які будуть займатися питаннями інноваційного розвитку підприємства.

Численні дослідження вказують на важливість ефективного управління інноваційним проектом на всіх його стадіях, застосування унікальних організаційних форм інноваційного менеджменту, що найбільш відповідають умовам і характеру інноваційно-інвестиційної діяльності [2, с. 203]. Більшість підприємств, які впроваджували інновації, одержали приріст продукції, підвищили її конкурентоздатність, розширили ринки збуту, оновили асортимент виробів, знизили матеріало- і енергоємність виробництва [3, с. 123 – 125]

Хоча, в останні роки в Україні основним напрямом інноваційної діяльності залишається придбання нових засобів виробництва, які інвестуються за власні кошти підприємств та отримані кредити. Це пов'язано з тим, система оподаткування не сприяє довгостроковому накопиченню коштів, які б дозволили реалізовувати інноваційні процеси. Залучення іноземних інвестицій також не стало сприятливим в Україні для більшості підприємств.

Сутність і специфіка інноваційної діяльності визначають особливості інвестицій, вкладених в інноваційний розвиток підприємств. Для таких інвестицій характерний більш тривалий період окупності; високий ризик, пов'язаний з невизначеністю кінцевого результату реалізації інновацій [2, с. 205]. Таким чином, не зважаючи на те, що норма прибутку від інновацій складає 20-30%, фактор ризику та більш тривалого терміну окупності не мотивує більшість підприємств вкладати кошти в розвиток.

Окрім того, інвестиції в інноваційну діяльність підприємств не забезпечують стабільності надходження доходів від їхнього здійснення, а також потребують великих одноразових капітальних вкладень. Однак можливість одержання значно вищої норми прибутку порівняно з інвестуванням інших



видів та сфер діяльності може компенсувати високий ризик інвестицій в інновації [4, с. 106].

Управління інноваційним процесом є невід'ємною складовою діяльності сучасного підприємства. Воно охоплює: планування, організацію та стимулювання інноваційної діяльності, реалізацію інноваційних процесів, розрахованих на здобуття конкурентних переваг і зміцнення ринкових позицій підприємства.

Інноваційний менеджмент як апарат управління інноваціями передбачає створення певної ієрархічної організаційної структури, до складу якої входять спеціалізовані підрозділи управління, керівники різних рівнів, які наділяються повноваженнями на прийняття та реалізацію відповідних управлінських рішень і несуть відповідальність за їх результати. Управління потрібно здійснювати з урахуванням факторів ризику і невизначеності зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства.

Для успішного виконання інноваційних завдань на підприємствах слід втілювати підсистему інноваційного менеджменту, метою якої є управління інноваційними процесами на підприємстві. А це і зниження витрат і поліпшення якості продукції або послуг, і виведення на ринок нового товару, і формування нової стратегії збуту, яка сприяє підвищенню інтересу споживачів до нового товару тощо.

Функціонально інноваційний менеджмент являє собою сукупність економічних, мотиваційних, організаційних і правових засобів, методів і форм управління інноваційною діяльністю конкретного об'єкта управління з метою одержання найоптимальнішим способом економічних результатів цієї діяльності.

Організація та управління інноваційною діяльністю здійснюється фахівцями різних функціональних служб і рівнів управління.

Менеджери вищої ланки, визначають перспективні напрями розвитку бізнесу, ставлять стратегічні цілі, окреслюють коло інновацій, що можуть бути використані для реалізації поставленої мети, несуть відповідальність за прийняття рішення щодо практичного застосування інновацій на підприємстві.

Менеджери середньої ланки призначені виконувати інноваційні рішення керівництва, для цього їм потрібно організовувати персонал для досягнення цілей, створювати відповідний психологічний клімат у колективі, формувати мотиваційні аспекти, організувати і координувати роботу виконавців відповідно до визначених завдань.

При управлінні інноваційною діяльністю слід враховувати потенційні можливості інновації у формуванні конкурентних переваг, а також інвестиційні можливості підприємства використовуючи механізм системи управління інноваційного менеджменту (рис.1).

Механізм керуючого впливу включає збір, обробку і передавання необхідної інформації та прийняття відповідних рішень.

Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства



передбачає управління вкладеннями інвестиційних ресурсів у процес, націлений на впровадження науково-технічних розробок, постійне удосконалення технології виготовлення. Ці дії дозволять підвищити конкурентоспроможність продукції та укріпити, або розширити ніші на ринках.

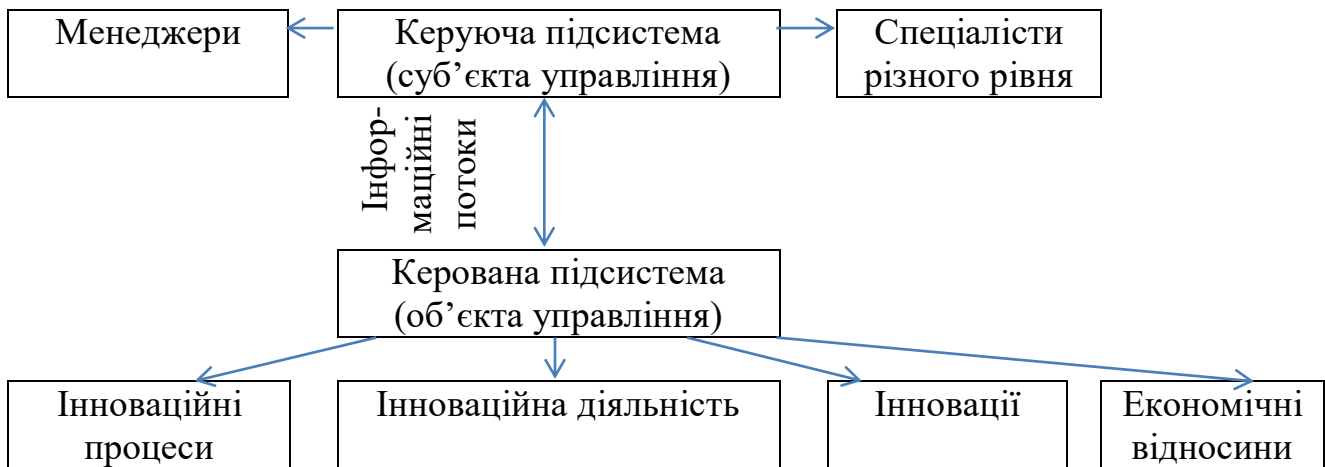


Рис. 1 - Система управління інноваційного менеджменту

Різноманітність діяльності з управління інноваційними процесами може бути представлена у вигляді певних функцій в ланцюзі: ідея-наукові дослідження-розробки-проекткування-виробництво-реалізація інновацій. А саме, функцій прогнозування, формування інноваційних цілей (планування), організації, координації (керівництва), мотивації і стимулювання, контролю.

Список використаних джерел:

1. Голубенко А. А. Анализ возможностей инновационного развития в процессе формирования стратегических направлений инновационной деятельности предприятия. *Економіка промисловості*. 2002. №2 (16). С. 80 - 84.
2. Задніпряна Т. С. Управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. № 1 (23), 2011. С. 203-205.
3. Сухоруков А. І. Економіка та організація інноваційної діяльності . Київ, 2005. 342 с.
4. Харів П. С. Інноваційна діяльність підприємства та економічна оцінка інноваційних процесів. Тернопіль: Економічна думка, 2003. 456 с.





ГОЛОВНІ НАПРЯМКИ АКТИВІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ АГРОФОРМУВАНЬ

Для того, щоб економіка України мала стабільну тенденцію до зростання, повинна бути розроблена стратегія розвитку підприємств, яка буде спрямована на підвищення їх конкурентоспроможності, продуктивності та створення робочих місць. Головним напрямком розвитку є зростання інноваційного сектору виробничої діяльності аграрних компаній. Інновації слід розглядати як розробку та комерціалізацію продуктів, процесів та послуг, що є новими для фірми, новими для компанії, ринку або у світі. Прибуткова діяльність компанії залежить від виявлення проблем та створення нових ідей для впровадження нових рішень і розповсюдження нових технологій в сектор виробництва. Це часто вимагає значних інвестицій у дослідження та розробку інноваційних проектів. Також поглинання інновацій розглядається як підмножина інновацій, що представляють собою процес застосування існуючих технологій, процесів та продуктів у новому середовищі, де вони ще не були перевірені, тобто вони є "новими для фірми". Основним шляхом реформування політики уряду України, що підвищить потенціал розвитку НДДКР та інновацій в країні має бути процес застосування наступних реформ: поліпшення інвестиційного клімату шляхом вдосконалення ринкового середовища для стимулювання інвестицій в наукові дослідження та розробки; державне фінансування аграрних підприємств, шляхом підтримки спільних винаходів та сприяння міжнародному співробітництву і розповсюдження отриманих інноваційних результатів; реформування системи фінансування інноваційної діяльності для посилення прикладних досліджень та задоволення потреб українських сільськогосподарських підприємств; підтримувати міжнародні міждисциплінарні дослідження та підтримувати зв'язки з відповідними установами та організаціями в Україні та за її межами; продовжувати вдосконалювати якість людського капіталу та вдосконалювати наявність спеціалізованих навичок, які повинні йти на інноваційний та технологічний розвиток, щоб принести найбільшу ефективність від інноваційних проектів.

Державне втручання є найбільш необхідним на перших трьох етапах інноваційного процесу: викликати нову ідею, зробити її прототип та розвивати даний інноваційний продукт. У малих сільськогосподарських підприємствах недостатньо знань та досвіду для розробки самої інноваційної ідеї, яку потребує те чи інше аграрне підприємство. Інноваційні продукти, які знаходяться на ранніх стадіях розробки несуть великий ризик, в результаті деякі підприємства просто не наважуються на розгортання інноваційної ідеї, тому в таких ситуаціях необхідно гарантувати хоча б часткову компенсацію за рахунок державного бюджету. Кінцевою метою українського уряду має бути глобальна розробка інноваційних технологій, а також підтримка підприємців по всій країні. Державна програма технічної допомоги підприємствам має бути



спрямована на вдосконалення навичок управління та підвищення конкурентоспроможності національних інноваційних розробок. Наведену державну програму технічної допомоги підприємствам пропонується реалізувати через інноваційний бізнес-інкубатор — спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому створенні умови для розроблення і застосування суб'єктами малого та середнього підприємництва інноваційних технологій. Інноваційний бізнес-інкубатор – це організаційна структура, метою якої є створення сприятливих умов для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, що реалізують нові наукові ідеї-новації. Інноваційні бізнес-інкубатори допоможуть нарощувати інноваційний потенціал в країні та підтримувати кваліфікованих підприємців шляхом поєднання міжнародних навчальних поїздок та наукових стажувань. Інноваційний бізнес-інкубатор — спеціалізований бізнес-інкубатор, в якому створенні умови для розроблення і застосування суб'єктами малого та середнього підприємництва інноваційних технологій [2, с. 33]. Інноваційний центр (англ. innovation center) — Типова назва бізнес-інкубатора, часто використовується в сполученні з терміном «технологічний центр». Використання цього терміну вказує на орієнтацію на нові, інноваційні, але не обов'язково технологічні компанії (наприклад, центр по зв'язках із громадськістю/рекламі) [5, с. 151]. Вони виступають як сполучна ланка в розробці нововведень між науковими установами і приватним бізнесом, надають ефективну підтримку підприємствам, які мають намір опанувати високотехнологічну продукцію: необхідні консультації науковців, дослідну та лабораторну базу, обчислювальну техніку, можливість користування бібліотекою.

Бізнес-інкубатори мають вирішити проблему інноваційноінвестиційного розвитку підприємств в сільському господарстві. Інкубатор - це складний багатофункціональний комплекс, що забезпечує сприятливі умови для ефективної діяльності новоутворених малих та великих інноваційних фірм, які реалізують цікаві наукові ідеї. Таким фірмам у центрах-інкубаторах надаються численні інноваційні послуги, до яких, зокрема, належать: прокат наукового і технологічного устаткування на певний період; консультації з економічних та юридичних питань; фінансові послуги; експертиза інноваційних проєктів (науково-технічна, екологічна, комерційна); інформаційне та рекламне забезпечення. Практика свідчить, що в конкурентному середовищі значно більше інноваційних підприємств виживають у межах інкубаторів, ніж поза ними.

На шляху активізації інноваційного розвитку агроформувань, основною перешкодою є низький рівень захищеності інтелектуальної власності, оскільки втрата або порушення прав інтелектуальної власності підприємства є не лише втрата репутації, довіри до виробленої ними продукції, але і значна втрата фінансових ресурсів. Для визначення економічної сутності страхування об'єктів права інтелектуальної власності необхідно розглянути існуючі підходи до трактування кожної дефініції даного поняття, в результаті чого можна



сформувати загальне визначення поняття страхування інтелектуальної власності. Інтелектуальна власність відображає відносини правового (юридичного) та економічного характеру щодо створення, використання та комерціалізації результатів творчої діяльності [4, с. 75].

Інтелектуальна власність являє собою систему економічних відносин між членами суспільства щодо привласнення нематеріальних активів і результатів інтелектуального виробництва [3, с. 261]. Інтелектуальна власність у всьому світі стала об'єктом посиленого захисту, бо в основі майже всіх суспільних перетворень лежить творчий потенціал цього суспільства, його інтелектуальний капітал. У державах створюються спеціальні системи і механізми державного захисту об'єктів інтелектуальної власності. Одним із важливих інструментів такого захисту є законодавче врегулювання прав інтелектуальної власності.

Страхування є одним із найважливіших елементів системи економічних взаємовідносин, суть якої полягає у наданні страховою компанією за встановлену договором страхову плату (страхову премію) фінансового захисту суб'єктам господарювання і громадянам при настанні страхового випадку в результаті виникнення застрахованого ризику або переліку ризиків [1, с.19-20]. В господарській діяльності підприємство може випадково і не навмисно порушити права інтелектуальної власності третіх осіб, щиро вважаючи себе за результатами проведення патентних досліджень вправі використовувати будь-які винаходи або інші об'єкти інтелектуальної власності, що може поставити під загрозу власне існування самої компанії [1, с.22]. В сучасних ринкових умовах, щоб захистити інтелектуальну власність на першому місці є методи економічного захисту, одним з яких є страхування. На ринку страхових послуг, в часи сьогодення стрімко розвивається страхування інтелектуальної власності, який потребує ретельного аналізу та вивчення сильних та слабких сторін.

Список використаних джерел:

1. Жилінська О. Страхування інтелектуальної власності: світові тенденції та перспективи для України. *Економіка*. 2014. №3 (156). С.19-25. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strahuvannya-intelektualnoyi-vlasnosti-svitovitendentsiyi-ta-perspektivi-dlya-ukrayini>

2. Немченко А.Б., Немченко Т.Б., Бізнес-інкубатори в сфері сучасної державної підтримки розвитку регіональної інноваційної інфраструктури. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. URL: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/06.pdf

3. Рибалкін В.О., Лазня І.В. Теорія власності. Видавництво Логос. Угода про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності. 2000. С. 261. URL: http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/981_018

4. Семенова В.Г. Дослідження сутності інтелектуальної власності в сучасних економічних умовах. *Економіка і управління підприємством. Технологічний аудит і резерви виробництва*. 2015. №6/5(26). С.74-77.

5. Степаненко В.В. Бізнес-інкубування та інноваційні центри -перспективні форми підтримки та розвитку малого підприємництва в Україні. *Сталий розвиток економіки*. 2015. №1(26). С.148-153.



РОЗДІЛ 6. МЕНЕДЖМЕНТ ТА БІЗНЕС- АДМІНІСТРУВАННЯ





ВДОСКОНАЛЕННЯ МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ АУТСОРСИНГОВОЇ КОМПАНІЇ

В системі управління будь-якою організацією є надзвичайно важлива підсистема – управління персоналом, значною складовою якої, в свою чергу, виступають мотиваційні процеси.

Оскільки система управління персоналом є підсистемою в загальній системі управління організацією, то цілі системи управління персоналом повинні бути ув'язані з цілями функціонування і розвитку організації, але в той же час цілі системи управління персоналом повинні бути ув'язані і з потребами працівників організації. Таким чином шлях до ефективного управління персоналом має крокувати через розуміння потреб і мотиваційних настанов індивідуумів. Тільки знаючи те, що спонукає людину до дії, які мотиви покладено в основу її діяльності, можна розробити ефективну систему форм і методів управління нею. Зазначене є свідченням того, що використання найефективніших засобів впливу на поведінку людини та її трудову активність є однією з найважливіших і актуальніших задач сучасного менеджменту взагалі, та управління персоналом зокрема.

Дослідження проведене на базі однієї з вітчизняних компаній, що надає послуги в сфері фінансового аутсорсингу. За результатами проведеного дослідження виявлено, що у менеджменту компанії є чітка позиція – недостатня увага до людського фактору призводить до зниження економічного ефекту в організації. Адже в сфері аутсорсингу вперше клієнта можна привабити різноманітним переліком послуг, цікавою рекламою, привабливим офісним інтер'єром тощо. В той час, як вдруге клієнт скористається аутсорсинговими послугами даної фірми лише за умови попереднього високоякісного обслуговування, яке можливе за умови наявності в достатній кількості якісних трудових ресурсів, ефективного управління ними із застосування мотиваційних механізмів, а також професійної злагодженої роботи персоналу.

На даний час увесь персонал досліджуваної компанії можна поділити на дві групи: фронт-офіс – висококонтактний з клієнтами персонал та бек-офіс – персонал, за яким закріплені функції з виконання окремих етапів створення послуг, що не вимагають контакту з клієнтами.

Зрозуміло, що працівники фронт-офісу окрім професійних знань, мають володіти також навичками позитивного контакту з клієнтами. Адже під час їх взаємодії клієнтом оцінюються не тільки професійні знання, обізнаність персоналу та спроможність грамотно проконсультувати щодо пропонованих послуг компанії, а й зовнішній вигляд та уміння працівника спілкуватися. Для всіх співробітників, які контактують із клієнтами, у компанії розробляються



правила поведінки, які у тому числі передбачають компетентність, професіоналізм, ввічливість, доброзичливість, врівноваженість, співчуття клієнтам, усе те, що об'єднується поняттям «емоційність праці».

Комерційному департаменту аутсорсера в найбільшій мірі притаманна емоційність праці, адже персонал його відділів більше за інших контактує з клієнтами, тож менеджмент компанії намагається слідкувати не тільки за виконанням роботи у даному секторі, а й за емоційним станом його підлеглих. З метою виробітку певних ділових та професійних якостей працівники цього та інших департаментів час від часу проходять тематичні тренінги, які організовує керівництво, запрошуючи фахівців не тільки сфери фінансів, обліку, аудиту, податків та законодавства, а й сфери психологічної підготовки персоналу.

Визначено, що досягнення успіху у процесі управління персоналом аутсорсингової компанії, а отже і підвищення загальної ефективності роботи у компанії, можливе за таких умов (табл. 1).

Таблиця 1

Необхідні умови для досягнення успіху у процесі управління персоналом компанії

Умови	Відповідність чи не відповідність умові
усвідомлення керівництвом виключної ролі персоналу в забезпеченні процвітання компанії	+
використання досягнень сучасних концепцій і теорій управління персоналом, зокрема теорій людського капіталу, в практичній діяльності компанії	+ / -
виявлення потенціалу, індивідуальних і групових чинників поведінки, потреб і мотивів співробітників й адекватне їх стимулювання	+ / -
формування професійної служби управління персоналом	+
включення до складу професійних вимог керівника вміння формувати команду, необхідності розуміння підлеглих, забезпечення співробітництва	-
розробка науково обґрунтованих вимог робочих місць до працівників за професійними та особистісними параметрами	-

Як бачимо з таблиці, на даний час в досліджуваній компанії не всі умови реалізуються в повній мірі, що вимагає відповідних управлінських коригуючих дій.

За результатами проведеного кількісного та якісного аналізу складу персоналу, виявлено, що загальна кількість працівників досліджуваної компанії протягом останніх трьох років зростала, і за даними минулого року склала 65 осіб, що пояснюється, збільшенням попиту на аутсорсингові послуги, розширенням клієнтського портфелю компанії і, як наслідок, зростанням потреби у додатковому штаті.

У бази дослідження найбільшу питому вагу (майже 31%) складають працівники зі стажем роботи у ній 3-5 років, а найменшу (близько 11%) –



працівники, зі стажем роботи понад 10 років. Тож це говорить про невисокий рівень відданості компанії з боку персоналу, а отже і про необхідність у розробці більш ефективної системи мотивації персоналу.

З метою нівелювання виявлених слабких місць представляється доцільним запровадження системи трудової мотивації персоналу на основі факторно-критеріальної моделі оцінки складності виконуваних робіт. Реалізація зазначеного передбачатиме низку послідовних кроків. Першим з яких буде ранжування видів робіт за складністю і важливістю їх виконання, а також створення ієрархії розрядів. Далі проектом передбачатиметься розробка матриці балів, яка показуватиме, яка кількість балів відповідає субфактору і кожному рівню важливості. Наступний етап полягатиме у визначенні системи обрахування вагових коефіцієнтів факторів та критеріїв. У відповідності до теоретичних положень кваліметричного підходу конкретні значення вагових коефіцієнтів факторів та критеріїв визначатимуться експертними методами. Спираючись на дані матриці балів, згрупувавши визначені фактори та вказавши отримані коефіцієнти отримаємо у розпорядження завершену модель оцінювання складності виконуваних робіт персоналу.

Далі на підставі отриманих даних складемо сітку співвідношень в оплаті праці персоналу. Її діапазон має розраховуватися таким чином, щоб працівники компанії прагнули підвищити свою продуктивність, якість праці та професіоналізм. Для стимулювання працівників до підвищення продуктивності праці пропонується використання підвищуючих та понижуючих коефіцієнтів, розроблених з урахуванням інтересів компанії та потенціалу співробітників.

На заключному етапі відбуватиметься розрахунок заробітних плат працівників з урахуванням визначених факторів і коефіцієнтів.

Запропонована модель оцінки має забезпечити тісний взаємозв'язок особистого внеску працівників і їхнього ставлення до виконання функціональних обов'язків із розміром власного заробітку. Дана обставина, на власну думку, носить мотиваційний характер, адже спонукає персонал до більшого професіоналізму, зібраності, відповідальності, самостійності у виконанні поставлених завдань, а також до максимізації власних трудових зусиль у скарбниці загальних результатів аутсорсингової компанії.





Бінерт О.В., к.е.н., доцент

кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого

Верзун А.А., к.е.н., доцент

кафедри менеджменту ім. проф. Є.В. Храпливого

Львівський національний університет природокористування

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

Значення корпоративної культури набуває все більшого значення в управлінні інноваційним розвитком підприємства в сучасному економічному середовищі, що характеризується нестабільністю, турбулентністю, динамізмом і, як наслідок, кризою, з одного боку, і зростання рівня комп'ютеризації та комунікації в усіх галузях – з іншого. Фундаментальну роль у цьому відіграє загальний перехід до економіки знань, де домінують інформаційні ресурси, інтелектуальний капітал та нематеріальні активи. Розвиток і формування сильної корпоративної культури – це складний процес, і не існує єдиної технології, яка могла б бути успішною. Одним з найважливіших аспектів корпоративної культури є заохочення співробітників до змін. Бізнес-середовище постійно змінюється, і завданням керівної ланки є забезпечення адаптації та розвитку організації, її готовність до впровадження відповідних змін [1, с. 32]. Е. Шейн запропонував вивчати корпоративну культуру організації за допомогою методу клінічних випробувань. Він зазначає, що лише цей метод дає змогу виявити глибокі уявлення членів команди про себе та власну роль у розвитку підприємства [4, с. 9].

Наявність і важливість таких відносин дозволяє підтвердити досягнутий рівень організаційної культури організації та відповідність як глибинним ідеям співробітників, так і загальній стратегії організації. К. Кемерон та Р. Квінн відзначають не лише комунікативні аспекти психологічного клімату в колективі, а й оцінку економічної ефективності співробітників підприємства як параметри оцінки організаційної культури. Таким чином, автори підійшли до необхідності вимірювання ефективності співробітників на основі рівня задоволеності, ефективності та утримання працівників [3, с. 214].

Розглянемо основні функції корпоративної культури:

1. Інформація – це передача соціального досвіду.
2. Пізнавальна – спрямована на вивчення та оволодіння принципами культури на етапі адаптації працівника до організації, і тим самим сприяє його включенню в життя колективу.
3. Ціннісна – культура також впливає на світогляд кожної людини.
4. Регулююча, який використовується для порівняння фактичної поведінки особи або групи з прийнятими в організації стандартами.
5. Заміщуюча – сильна культура може обмежити потік формальних наказів і директив.
6. Комунікаційна, оскільки через прийняті в організації цінності, норми поведінки та інші елементи культури забезпечується взаєморозуміння працівників та їхня взаємодія.



7. Безпека – культура є перешкодою для проникнення небажаних тенденцій.

8. Інтегруюча – прийняття корпоративної культури створює спільноту людей і відчуває себе частиною однієї системи.

9. Нормативна, оскільки культура встановлює певні норми прийнятної поведінки в організації.

10. Управління якістю – найефективніші складові з часом залишаються в культурі, а всі негативні зникають.

11. Навчально-розвиваюча – оволодіння культурою створює додаткові знання та позитивно впливає на її діяльність.

12. Мотиваційна – прийняття культури зазвичай створює додаткові шанси для людини, і навпаки.

13. Формування іміджу організації - споживачі, гості та інші підрядники не ознайомлені з офіційними документами, вони бачать лише зовнішність і це створює її репутацію [2].



Рис. 1. Структура корпоративної культури підприємства.

Корпоративна культура підприємства має тісний зв'язок з кадровим управлінням. Адже кожна управлінська функція пов'язана із певним завданням корпоративної культури – надавати працівнику важливу саме для нього, актуальну, повну та чітку, релевантну інформацію, яка стосується діючих та запланованих заходів підприємства, його місії та стратегії.

Список використаних джерел:

1. Андронов В.В. Корпоративное предпринимательство. *Менеджмент, финансы, государственное регулирование*. М. : Экономика, 2002. С. 28-36
2. Бабич О. Основні засади створення корпоративної культури як 83 інструменту управління. *Вісник Української академії державного управління*. 2003. №2 С. 449-456
3. Камерон К., Квинн Р. Диагностика и изменение организационной культуры. 2001. 320 с.
4. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство. 2002. 336 с.





Войтеховіч Я., здобувач вищої освіти
СВО магістр ОПІ Менеджмент організацій,
Науковий керівник – **Дячков Д.В.**, д.е.н., доцент,
професор кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної,
Полтавський державний аграрний університет

МЕНЕДЖМЕНТ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Управління маркетингом на підприємстві є формування таких управлінських механізмів, які б забезпечили ефективне функціонування підрозділу і всього підприємства. Але сучасна практика діяльності суб'єктів господарювання показує, що маркетингові комунікації сприймаються зазвичай, як допоміжна діяльність, що ускладнює їх введення в систему управління підприємством і, як наслідок, призводить до неефективного менеджменту [2].

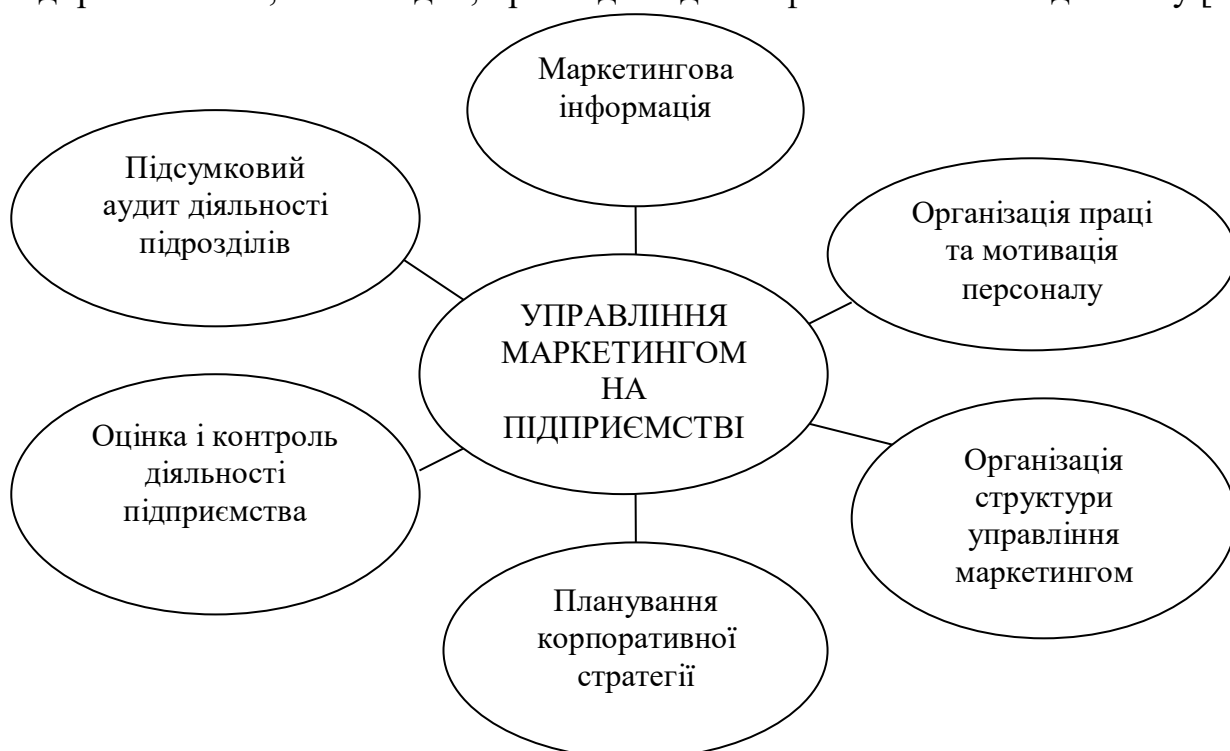


Рис. 1. Механізм управління маркетингом [3]

Проблема розвитку маркетингової діяльності та його управління на підприємстві набуває особливого інтересу. У зв'язку з виокремленням маркетингу як окремої ланки в системі управління підприємством він стає самостійним об'єктом управління та однією із концепцій, за допомогою якої будується вся діяльність.

Однією з важливих складових маркетингового управління виступає контроль діяльності підприємства. Контроль маркетингу як систематичний процес вимірювання і оцінки результатів реалізації стратегій і планів маркетингу, здійснення коригувальних дій, які забезпечують досягнення мети маркетингу, а контроль маркетингової діяльності представляє як всебічну об'єктивну перевірку маркетингової діяльності підприємства, яку проводять у певній послідовності, у ході якої виявляються проблеми, що виникли перед



підприємством.

Ефективне управління маркетинговою діяльністю на підприємствах потребує насамперед чіткого розуміння суті та змісту маркетингу, який у нашому розумінні є сукупністю відносин і служб організації ринкової діяльності, яка посередництвом забезпечує необхідний рух товарів або послуг від виробника до покупця, створюючи сприятливі умови для підприємництва з метою найповнішого задоволення потреб споживача [1].

Таким чином, управління маркетинговою діяльністю призначене для своєчасного реагування підприємства на зміни ринку, для пошуку свого оригінального стилю праці, яке буде визначене місією і взаємопов'язане з цілями і можливостями підприємства, та буде направлене на розміщення товару у центрі уваги, у потрібному місці та часі, та забезпечить вибір товару природним, а не суперечним іншим потребам споживачів.

Список використаних джерел

1. Войтеховіч Я. Управління маркетинговою діяльністю у контексті продовольчої безпеки підприємства. *Агросвіт*. 2022. № 2. С. 24-31.
2. Мельник Д. Л. Маркетингова стратегія підприємства. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 3. С. 213–219.
3. Мороз Л. А., Чухрай Н. І. *Маркетинг: підручник*. Львів: Національний університет «Львівська політехніка», «Інтелект-Захід» 2009. 244 с.





Воронько-Невіднича Т. В., к.е.н., доцент,
завідувач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної,
Каплун Ю. В, Жукова Т. О., здобувачі вищої освіти,
СВО магістр ОПП Менеджмент організацій,
Полтавський державний аграрний університет

ОСНОВНІ ПРИЧИНИ НЕЕФЕКТИВНОЇ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ РОЗВИТКУ В ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

За сучасних умов важливою передумовою розвитку стратегічного управління підприємств будь-якої галузі є процеси глобалізації бізнесу, які характеризуються повним нівелюванням національних відмінностей та переваг. Саме тому зростає розуміння важливості встановлення довгострокових цілей і планування на довгострокову перспективу.

При формуванні стратегій розвитку підприємств агропродовольчої сфери необхідно враховувати значні ускладнення, пов'язані з природою сільського господарства. Серед яких, найочевиднішими, є: вплив світових цін на ресурси та продукцію; залежність результатів господарювання від природних умов; потреба у залученні сезонної робочої сили та труднощі в управлінні нею тощо.

Необхідність подолання викликів зовнішнього середовища в аграрній галузі та нарощування виробництва конкурентоспроможної продукції потребує від керівництва підприємств здійснення глибоких досліджень, які б сприяли виявленню резервів зростання, змін у структурі потреб, формуванню оптимального продуктового портфелю, подальшого вдосконалення внутрішньо та зовнішньо-господарських зв'язків тощо.

Забезпечення системи ефективного функціонування підприємств агропродовольчої сфери передбачає використання нових підходів до оцінювання організаційно-економічних умов виробництва аграрної продукції, зміцнення конкурентних позицій товаровиробників, формуванні збутової політики та кон'юнктури аграрного ринку тощо.

Дослідники зауважують, що серед основних причин неефективної реалізації стратегій розвитку в підприємствах агропродовольчої сфери є [1-4]:

- недостатнє опрацювання питань ідентифікації, забезпечення й розподілу необхідних ресурсів щодо реалізації стратегій, зокрема матеріальних, фінансових, інформаційних, людських і затрат часу;
- відсутність необхідного рівня досвіду та кваліфікації менеджерів зі стратегічного управління;
- відсутність відповідальності команди за досягнення стратегічних цілей під час їх реалізації;
- небажання управлінців долати опір, пов'язаний зі стратегічними змінами;
- недостатнє розуміння керівництвом конкретних завдань і термінів досягнення цілей, а також те, які зміни необхідні для кожної дії та поведінки;
- невідповідність існуючих організаційних структур, які мають низький рівень адаптації до зміни та обґрунтування відповідних стратегічних



перетворень;

- відсутність колективного прийняття рішень щодо подальших напрямків стратегічного розвитку суб'єкта господарювання;

- механізми моніторингу ефективності реалізованих стратегій та внесення необхідних коригувань у разі змін є нерезультативними;

- недостатній рівень ефективності збутової діяльності, нерозвиненість маркетингової діяльності;

необхідність значних витрат, що пов'язані з переорієнтацією виробництва та реалізацією окремих видів продукції, послуг.

Отже, стратегічне управління підприємствами агропродовольчої сфери базується на визначенні економічних оцінок виробничо-збутової діяльності, прогнозованих тенденцій та реальних перспектив розвитку економічних суб'єктів аграрної економіки, їх здатності до нівелювання негативних причин формування та забезпечення стратегій розвитку.

Список використаних джерел:

1. Березіна Л. М., Воронько-Невіднича Т. В., Логінська І. Я., Шкурупій К. Є. Ключові аспекти управління розвитком агропродовольчої сфери в межах національної економічної стратегії – 2030. *Modern Economics*. 2021. № 30 (2021). С. 34-38. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V30\(2021\)-05](https://doi.org/10.31521/modecon.V30(2021)-05).

2. Белко І. А. Стратегія розвитку аграрних підприємств в умовах невизначеності ринкового середовища. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2014. Вип. 9 (1). С. 73–77. URL: http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_09/16.pdf.

3. Горобець Н. М., Миргородська Т. О. Застосування стратегічних інструментів під час управління бізнес-процесами аграрних підприємств. *Агросвіт*. 2019. № 19. С. 31–37. DOI: [10.32702/2306-6792.2019.19.31](https://doi.org/10.32702/2306-6792.2019.19.31).

4. Шпикуляк О. Г., Ходаківська О. В., Пугачов М. І., Грищенко О. Ю. Розвиток аграрного сектору економіки України в умовах впливу пандемії COVID-19. *Економіка АПК*. 2021. № 6. С. 26–41. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202106026>.





РЕАЛІЗАЦІЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗЕМЕЛЬНОГО АДМІНІСТРУВАННЯ В УКРАЇНІ

Виникненню концепції земельного адміністрування передувала нова стратегія сталого розвитку цивілізації, яку вперше було озвучено у 1987 році. У 1996 р. було прийнято Богорську декларацію, яка передбачала кадастрову реформу в напрямі побудови ефективної системи кадастру, а вже згодом у 1999 р. Басортська декларація визначила важливість формування системи земельного адміністрування для досягнення сталого розвитку.

Земельне адміністрування в більшості трактують як "процес регламентування та освоєння земель, використання та консервації земель, збирання доходів шляхом продажу земель, оренди та оподаткування, а також вирішення конфліктів щодо права власності на землю та використання земель [1]. Також земельне адміністрування розглядають як управління системою прав на землю, включаючи широкий діапазон засобів: процедури, за якими права на землю визначаються і узаконюються; визначення і делімітація меж між земельними ділянками; запис інформації про права на землю і земельні ділянки; процедури здійснення земельних трансакцій, включаючи продаж, заставу та оренду; інституції і процеси для планування, контролювання і моніторингу землекористування; процедури оцінки й оподаткування земель [2].

Земельне адміністрування на сучасному етапі розвитку переживає період стрімкого технологічного прориву, що реалізується через прийняття концепції електронних урядів (E-government), які здатні за допомогою гео-інформаційно-комунікаційних технологій оптимізувати адміністративні послуги, зробити їх доступнішими, використовуючи електронну форму їх надання.

Концепція управління інформацією про земельні наділи дасть змогу пов'язати земельну ділянку з геопросторовою інформацією про неї, а саме з правовим статусом, економічним потенціалом та екологічним станом. Особливість її в тому, що вона передбачає управління земельними інтересами у просторі, а не тільки управління просторовою інформацією. А це дуже важливо для прийняття ефективних управлінських рішень.

До основних елементів реалізації концепції земельного адміністрування належать:

- концепція інтеграції даних: дотримання єдиних стандартів з метою забезпечення функціональної сумісності існуючих просторових даних в інтересах всіх суб'єктів господарювання;
- нормативно-правова база: забезпечення основи для придбання, управління і поширення просторових даних та інформації;
- інфраструктура позиціонування: створення єдиної геодезичної системи для інтеграції просторових даних та інформації;
- інфраструктура просторових даних: забезпечення фізичної і технічної інфраструктури для просторових даних та інформації для здійснення їх обміну



та надання;

- інформація про право власності: надання оновленої і вірної документації щодо права власності на землю та інші ресурси для здійснення просторового планування, моніторингу та управління землями, а також для потреб землеустрою;

- дані та інформація: дотримуватись існуючих та враховувати нові розробки в області отримання і використання геопросторових даних та інформації [3].

Досліджуючи процес трансформації систем адміністрування землекористування в європейських країнах, варто зауважити, що її розбудова в Україні відбувається у тому ж напрямку, тобто базуючись на системі земельного кадастру [5].

Розроблені новітні електронні адміністративні послуги спрямовані на підвищення прозорості у сфері землекористування, підтримку громадян під час здійснення цивільно-правових угод щодо земельних ділянок та прав на них, посилення суспільного контролю за використанням та обігом земель в Україні, тобто обслуговування потреб як окремої людини, так і суспільства загалом. Тому ефективність системи адміністрування землекористування визначатиметься її спроможністю до надання адміністративних послуг як у паперовому, так і в електронному форматах, що дасть змогу підвищити прозорість влади, а також встановити громадський контроль над нею [4].

Отже, сьогодні актуальними є питання стосовно об'єднання економічного, екологічного та юридичного інформаційних потоків про земельну ділянку та пов'язану з нею нерухомість в рамках системи земельного адміністрування, в якій земельний та містобудівний кадастри виступатимуть як два її фундаментальні компоненти.

Список використаних джерел:

1. Dale, P.F., and J.D. McLaughlin. Land Administration. Oxford : Oxford University Press. 1999. 184 p.
2. Williamson, I., and S. Enemark. Land Administration for Sustainable Development. ESRI Press. 2010. 487 p.
3. Курильців Р.М. Розвиток системи земельного адміністрування як основи ефективного управління землекористуванням // *Науковий вісник НЛТУ України*. 2016. Вип. 26.6. С. 168-175.
4. Снітко Є.О. Основи менеджменту та адміністрування. Луганськ : Вид-во Луган. НУ ім. Т. Шевченка, 2010. 279 с.
5. Williamson I. Spatially enabling governments: A new direction for land administration systems // *Proceedings of the XXIII FIG Congress, Shaping the Change*, TS 23. Munich, Germany, 2006. Pp. 8-13.





Гринь А.І., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ ПОТЕНЦІАЛОМ

Надійним підґрунтям для забезпечення ефективності інноваційної діяльності є інноваційний потенціал, який визначає рівень інноваційних можливостей усіх суб'єктів господарської діяльності.

Інноваційний потенціал – це сукупність наявних в країні інтелектуальних, технологічних, науково-виробничих ресурсів з відповідним їх інфраструктурним забезпеченням, які здатні продукувати нові знання, та ефективний механізм комерціалізації останніх. Інноваційний потенціал – здатність до зміни, покращання, прогресу, це джерело розвитку [2].

Інноваційний потенціал існує в прихованому вигляді, він здатний накопичуватися й розвиватися на власній основі по мірі своєї реалізації. Він сам, розвиваючись, виявляє ще потужніші можливості до розвитку, є поштовхом до нього. Його така властивість впливу на систему пояснюється тим, що непізнане завжди більше вже вивченого, все тече, все змінюється, як правило, нове заміняє старе, що існує об'єктивна необхідність прямувати до найкращого.

Зміст поняття «інноваційний потенціал» можна відслідкувати, структурував його, виділив основні вирішальні компоненти. Структура інноваційного потенціалу представлена єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої, результативної, які співіснують, взаємно передбачають і обумовлюють одна одну та виявляються у використанні як його «триєдина сутність». Так, ресурсна складова інноваційного потенціалу залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі [3].

Інтенсифікація інноваційної діяльності дозволяє підвищити ефективність використання ресурсної складової, а значить, і інноваційного потенціалу в цілому. Головним принципом виділення ресурсних елементів потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі. Ця складова включає у себе матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські ресурси, які в свою чергу теж поділяються на частини, існуючі в безпосередньому зв'язку та взаємозалежності. Кожна зі складових грає важливу роль, впливаючи на якісну та кількісну оцінку інноваційного потенціалу.

Приймаючи інноваційні рішення, слід ураховувати не тільки внутрішні, а й зовнішні чинники. Тому процес прийняття інноваційних рішень являє собою систему з багатьма зв'язками, де вихідним пунктами є порівняння запланованих цільових настанов з досягнутими. Управління інноваційним процесом спричиняє проблеми, які потребують більших зусиль, ніж інші сфери виробництва. Це зумовлено особливістю інноваційного циклу (процесу),



оскільки він охоплює цілий спектр видів діяльності й робіт. Кожна стадія має свої специфічні риси і вносить в загальний процес управління відповідні вимоги до методів управління. Така специфіка, з одного боку, передбачає гнучкість процедури управління, а з іншого – потребує відносно стабільної системи, нормативної бази [1].

Отже, поняття інноваційного потенціалу необхідно використовувати у контексті цілеспрямованої діяльності, в основу якої покладено розвиток і підвищення сукупного економічного потенціалу галузі з метою підвищення її конкурентоспроможності та нарощення ринкової вартості бізнес-одиниць.

Список використаних джерел:

1. Андрощук Г.О. Інноваційна діяльність в Україні: економічний механізм стимулювання. *Інтелектуальна власність*. 2000. №12. С. 23-28.
2. Богма О.С. Сутність інноваційного потенціалу. *Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки*. 2014. №1. С. 12-15.
3. Лященко О.В. Проблеми оцінки ефективності використання інноваційного потенціалу підприємства. *Економічний вісник Донбасу*. 2014. №2. С.176-180.



СОЦІАЛЬНЕ ІНВЕСТУВАННЯ У ТРАНСПОРТНУ КОМПАНІЮ УКРАЇНИ

Зростання обсягів соціального інвестування викликається виникненням нових проблем, які раніше не існували, що вимагають зовсім іншого заходу відповідальності транспортної компанії. Соціальне інвестування постає як безпосередні інвестиції у людини (знання, організаційна культура, охорона праці).

Розвиток соціальних інвестицій виступає об'єктивною закономірністю трансформаційного суспільства. Соціальні інвестиції можна розглядати, як інвестиційні рішення трудового капіталу транспортних підприємств, які зважають на соціальні та екологічні наслідки, використовуючи традиційний фінансовий аналіз. Досліджуваний вектор щодо розвитку соціальних інвестицій, а також, відповідальності, орієнтований на партнерство між державою, громадянським суспільством та сферою транспортної компанії України. «Це – високо-затребувана ланка у взаєминах «суспільство-бізнес-влада» [2, с. 216-219].

У міру розвитку продуктивних сил та підвищення якості споживання соціальне інвестування перетворюється на динамічний процес та набуває більш широких форм реалізації (ділова репутація, партнерство, громадянська відповідальність, екологія). У стратегічному відношенні транспортною компанією України буде отримано певний (хоча не завжди прорахований) соціальний та економічний ефект.

Основними ознаками соціального інвестування у транспортну компанію України є:

- спрямованість вирішення актуальних для регіону присутності транспортної компанії проблем;

- наявність соціального ефекту. Прибутковість від соціально відповідального інвестування зазвичай порівнянна з прибутковістю традиційних фондів і проявляється у зниженні витрат виробництва, підвищенні продуктивності праці, скороченні втрат від тимчасової непрацездатності співробітників, зростанні забезпеченості кваліфікованими фахівцями, скороченні санкцій та штрафних платежів (обумовлених впливом на оточення), можливості реорганізації виробництва, скорочення чисельності некваліфікованих співробітників;

- пайове фінансування. Форма адресної фінансової допомоги, яка полягає у спільному фінансуванні соціальних програм з боку транспортної компанії, органів державного управління та некомерційного сектора [3].

Соціальні інвестиції ставлять за мету безпосередньо збільшення доходів транспортної компанії, але зменшують як систематичний, і несистематичний ризик діяльності транспортного підприємства. Зменшення систематичного ризику відбувається шляхом:



- зниження соціальної напруги у транспортній компанії;
- покращення інвестиційного клімату у транспортній компанії за допомогою забезпечення високої якості облаштування життя населення шляхом розвитку регіональної інфраструктури (транспортної, соціальної, екологічної), що призводить до зниження інвестиційних ризиків транспортних підприємств.

У кожному разі вкладення власником матеріальних форм капіталу працівників завжди розглядаються як дуже ризиковані, оскільки останні завжди вільні у виборі місця докладання свого інтелектуального капіталу. Розумові здібності, як і дані до фізичної праці, переходять разом із переходом людини до іншого місця роботи, де й отримують нові способи застосування. Соціальне інвестування завжди пов'язане з формуванням інтелектуального капіталу, власник якого, навіть працюючи за наймом, перетворюється на партнера по бізнесу, має високий рівень доходу і цілком може подбати про себе та свою сім'ю. Для будь-якої компанії догляд професіоналів означає «втечу мозків», що неминуче призводить до її відставання за основними фінансово-економічними показниками порівняно з іншими компаніями.

Сутність соціального інвестування проявляється у функціях, що виконуються даною категорією у суспільному відтворенні:

- економічна - вдосконалення, розвиток власності та збереження прав соціуму на ресурси;
- соціальна – ліквідація умов неефективного використання ресурсів національної економіки (насамперед інтелектуального людського капіталу);
- інноваційна - модернізація та креативність у створенні бізнес-структур;
- демографічна - забезпечення високотехнологічних та конкурентоспроможних галузей економіки висококваліфікованими трудовими ресурсами;
- моральна (етична) - забезпечення політичних та духовних взаємозв'язків різних соціальних суб'єктів [1, с.22-23].

Усі функції в результаті «працюють» на людський розвиток, сприяючи процвітанню національної економіки.

Сьогодні транспортна компанія України все частіше звертаються до інструментів формування іміджу, що має яскраво виражену соціальну спрямованість, оскільки позитивний імідж транспортної компанії (бренду) значною мірою впливає на споживчий попит.

Отже, в умовах соціально-економічних перетворень, що відбуваються в українському суспільстві, дотримання принципів соціального інвестування та відповідальності стає одним із факторів сталого розвитку удосконалення людського капіталу, як в цілому у бізнесі так і транспортній компанії України.

Вище викладене підтверджує важливість та корисність соціального інвестування у транспортну компанію України для зміцнення своїх позицій на ринку, вкладаючи в це поняття відповідальність за прийняті рішення, що виходять за межі законодавчих вимог, створення можливостей удосконалення людського капіталу, розвиток та покращення якості життя персоналу



транспортної компанії України та її сімей, інвестування у стійке становище навколишнього співтовариства.

За сучасних умов соціальне інвестування вже не розкіш, яку можуть собі дозволити успішні бізнес-компанії, а незамінна складова повсякденної управлінської практики будь-якого підприємства, у тому числі і транспортної компанії України. Інвестори стають новими центрами влади, від яких суспільство очікує відповідного рівня соціальної відповідальності, співрозмірного з ресурсним потенціалом.

Безперервний розвиток суспільства, держави, а також зміна пріоритетів є причинами постійної трансформації категорії «соціальні інвестиції», що робить їх важливою темою для подальшого дослідження.

Список використаних джерел:

1. Герасименко Г.В. Соціальні інвестиції: витоки ідеї та теоретичне обґрунтування поняття. *Вісник ЖДТУ*. 2012. № 2(60). С. 22–23.
2. Людський розвиток в Україні: можливості та напрями соціальних інвестицій (колективна науково-аналітична монографія) / За ред. Е.М. Лібанової. К.: Ін-т демографії та соціальних досліджень НАН України, Держкомстат України, 2006. 356 с.
3. Поплавська Ж., Поплавський В. Економіко-філософські аспекти людського капіталу. *Вісник НАН України*. 2002. № 12 URL: <http://www.nbu.gov.ua/portal/all/herald/2002-12/3.htm>





Діденко С. М., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Місцеве самоврядування
Науковий керівник – **Дивнич О. Д.**, к.е.н., доцент, доцент кафедри
економки та міжнародних економічних відносин
Полтавський державний аграрний університет

ОСНОВНІ ПОКАЗНИКИ ОРІЄНТАЦІЇ НА ОБСЛУГОВУВАННЯ ГРОМАДЯНИНА В МЕЖАХ РОЗБУДОВИ СЕРВІСНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ДЕРЖАВИ

За сучасних умов, враховуючи загальний контекст євроінтеграційного розвитку нашої країни, орієнтація органів публічної влади на обслуговування споживачів стає все більш актуальною, наголошуючи на тому, що клієнтами у сервісно-орієнтованій державі є громадяни.

Варто зазначити, що призначення сервісно-орієнтованої держави має полягати у підтримці реалізації органами державного управління перетворень, які стосуються децентралізації й трансформації інституцій державного управління як на загальнонаціональному, так і регіональному рівнях в межах держави.

Так, на думку експертів публічні послуги мають бути зорієнтовані на потреби і бажання клієнтів, тобто громадян і їх об'єднань, чутливість до них, стимулюючи незалежність та самодостатності клієнтів [2; 3].

Зокрема, бельгійський фахівець Ф. Вермеунел відзначає: основні показники орієнтації на обслуговування клієнта (громадянина) органами публічної влади; показники відповідальності. Серед показників орієнтації на обслуговування клієнта (громадянина) варто виділити:

– реактивне (цілеспрямоване) орієнтування на обслуговування громадян, забезпечення доброзичливого та старанного ставлення, максимальне роз'яснення сутності й особливостей задоволення запитів, ввічливе та уважне ставлення до громадян у разі реєстрації скарги до органів публічної влади;

– проактивна орієнтація на обслуговування клієнта, яка забезпечує систематичний аналіз потреб і побажань споживачів та орієнтацію на надання послуг, і, на основі цього аналізу, активний фокус на обслуговуванні клієнтів з акцентом на наданні послуг, критичний аналіз необхідності покращення практики обслуговування клієнтів та покращення власної можливості обслуговування клієнтів формувати потребу робити, індивідуальне ставлення до клієнтів і специфічні потреби, а також здатність враховувати специфіку конкретних випадків обслуговування;

– підтримка орієнтована на обслуговування клієнтів, як практичне впровадження орієнтації на обслуговування клієнтів, побудова дієвих систем забезпечення якості, орієнтація на клієнта - стимулювання та вдосконалення процесу надання послуг, підхід до співпраці з клієнтами, до кількох конкретних послуг, які пропонуються для отримання певного виду послуг клієнту тощо [1].

Таким чином, формування демократичної, соціальної, правової держави в умовах децентралізації та проведення адміністративної трансформацій в Україні зумовлює розбудову інституту сервісно-орієнтованої держави.



Список використаних джерел:

1. Вермеулен Ф. Набуття нових навичок у місцевих адміністраціях для кращого надання послуг. *Оперативні матеріали проекту «Підтримка децентралізації в Україні: Підвищення ефективності місцевої державної служби для ефективного надання державних послуг»*. Семінар № 6., Київ. 2 березня 2018 р.

2. Decentralisation of Administrative Powers. ecou.com.ua/decentralisation-of-administrative-powers.pdf.

3. Security aspects of political decentralization in Ukraine. URL: <https://www.dcaf.ch/.../Security%20Aspects%20of%20Political%20Decentralisation%20>.



MINIMIZATION OF RISKS IN AGRICULTURAL PRODUCTION THROUGH FORMATION OF INSURANCE PORTFOLIO

Risk insurance for agricultural production is the best way to ensure the continuity, balance and stability of the agricultural market and one of the effective methods of covering losses in the agricultural sector, as insurance companies perform the necessary reserves for future payments without resorting to external and internal loans. The main purpose of insurance of risks of agricultural producers is partial or full compensation of the business entity for losses in connection with the realization of risks [1, p.38].

The objective economic necessity of using insurance in agricultural production is explained by the insufficient ability of the state and the market to ensure broad maneuverability of financial resources of economic entities. In general, farmers have many opportunities to manage risks. They can be divided into 2 main groups: risk reduction in the enterprise and the transfer and sharing of risks with other financial entities.

Insurance as a tool to minimize risks is one of the components of the risk control phase. This makes it possible to assess insurance as one of the key mechanisms for implementing a risk management program in the enterprise, and the role of the insurance company (as a provider of insurance services) and its interaction with the agricultural producer acquires special meaning. Insurance covers a number of economic phenomena and is a powerful economic institution of the modern economy in close contact with various aspects of production activities in agriculture [2, p.43].

The modern process of insurance in agricultural production is associated with production and economic risks that affect the decisions associated with the choice of measures and actions. In a market economy, the portfolio analysis takes into account the investment attractiveness and projected losses of the project, including losses of agricultural production and losses of agricultural producers [3]. Thus, insurance has a positive impact on the production and economic capabilities of agricultural producers and the organization of rational use of their available resources.

We have developed a model for assessing the financial stability of agricultural producers based on the method of calculating the coefficient of fluctuations and scattering of industrial and economic risk throughout the insurance portfolio, which contains homogeneous risks. The essence of the model of risk assessment of the agricultural environment of agricultural producers is to ensure their financial stability, by assessing and minimizing production and economic risks. The study derived three axioms of insurance: the first: risk is the probability that can not be less than or equal to zero; the second probability of risk in insurance is equal to one; third - the amount of risk in insurance can not be more than one. Along with the accepted restrictions, the target function must be written down, ie the maximizing and minimizing value



that reflects the interests of the insurer. To solve this problem, the constructed model must be filled with information, and then perform the necessary data calculations. The considered approach allows to reveal the influence of the essence of risk insurance on the financial results of the agricultural producer and their consequences, which is reflected in the conceptual approach to the formation of the model of insurance portfolio selection.

Summarizing all the above, we note that the multi-criteria optimization problem, which found such values of asset allocations in the portfolio, while providing the maximum possible value of the expected return on the asset portfolio with the minimum possible value of asset portfolio risk allows to determine the classification of and profitability, which confirms that to ensure the financial stability of the insurance portfolio, it is sufficient that the degree of risk was less than 1/3.

This study will further optimize the financial and economic relations between the subjects of the agricultural insurance market.

List of sources used:

1. Bekkerman, A., Goodwin, B. K. & Piggott, N. E. (2008). Spatio-temporal Risk and Severity Analysis of Soybean Rust in the United States. *Journal of Agricultural and Resource Economics*, No 33 (3), 311.
2. Dranus V., Dranus L., Prokopyshyn O. (2021). Foreign Experience Analysis of Risk Management in Insurance of Agricultural Production. *Modern Economics*, 27(2021), 42-48. DOI: [https://doi.org/10.31521/modecon.V27\(2021\)-06](https://doi.org/10.31521/modecon.V27(2021)-06).
3. Plotnikov O. Agricultural insurance in Ukraine. URL: https://arzinger.ua/press-center/news/strakhuvannya_agrosektora_v_ukraini/





Свченко В. В., к.е.н, доцент,
доцент кафедри менеджменту, маркетингу
та торговельного підприємництва,
Українська Інженерно-педагогічна академія

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

Сучасний розвиток економічних відносин не можна уявити без процесів глобалізації. Глобалізація охопила майже всі сфери життя людства. Процеси глобалізації на сьогоднішній день є головною тенденцією світового розвитку і є головним напрямним вектором.

Економічна глобалізація спричиняє політичні, а також культурно-соціальні наслідки. Вплив цих наслідків переживають на собі практично всі країни, серед яких знаходиться наша країна, яка займає не останнє місце у розвитку глобальних економічних процесів [1].

Розвиток економічних глобальних відносин породило появу міжнародних союзів та об'єднань, а також транснаціональних корпорацій (ТНК), тому на сьогоднішній день уособленням глобальних економічних процесів вважають діяльність цих об'єднань та ТНК. У зв'язку з цим актуальність розгляду діяльності та впливу ТНК на сучасні економічні процеси безперечна.

В даний час ТНК виступають рушійною силою основних процесів у світовій економіці; стають зразками, що задають певну динаміку розвитку підприємств, формують структуру товарів, встановлюють рівень конкурентоспроможності товарів та послуг на світовому ринку, контролюють міжнародний рух капіталу та прямі іноземні інвестиції.

З кожним роком кількість ТНК зростає. Якщо, наприклад, у середині 90-х років налічувалося приблизно 44, 5 тисяч таких структур, які контролювали понад 276 тисяч філій, то на сьогоднішній день, за даними журналу Forbes, у світі налічується близько 82 тисяч ТНК, які мають більше 810 тисяч власних філій у всьому світі [2].

Близько 100 транснаціональних корпорацій, із 500 найпотужніших ТНК, які здійснюють контроль над 70% усіх закордонних інвестицій. Однак діяльність ТНК поширена далеко не у всіх галузях. Більшість ТНК функціонують у нафтовій сфері, хімічній промисловості, автомобілебудуванні та сфері електроніки. 500 найпотужніших ТНК реалізують 95% фармацевтики, 80% усієї виробничої електроніки та хімії та 76% продукції машинобудування (виробнича сфера).

Всесвітньо відомий фінансово-економічний журнал Forbes щорічно складає топ-2000 міжнародних корпорацій (Global 2000) на підставі таких показників, як: виторг, активи, ринкова капіталізація та прибуток. Незважаючи на традиційно вагоме місце японських компаній у цьому списку, останнім часом вони поступилися своїми позиціями китайським корпораціям. П'ятірка найбільших, за підсумками 2020 року, виглядає так: ICBC (Китай), China Construction Bank (Китай), Agricultural Bank of China (Китай), JPMorgan Chase (США), Berkshire Hathaway (США) [2].



Збільшення темпів інтернаціоналізації, транснаціоналізації та глобалізації бізнесу поставило перед науковою громадськістю завдання розробки проблем управління міжнародними компаніями, що діють у різноманітних політичних, економічних та культурних умовах. У сучасних умовах жорсткої конкуренції ефективність – основна умова виживання підприємства.

У сучасних умовах ефективність міжнародного менеджменту формується під впливом розвитку інформаційних технологій, які, по суті, є основним фактором глобалізації. У сучасному менеджменті розвивається нове розуміння практики управління міжнародними економічними процесами через соціально-політичну взаємодію.

Сучасний міжнародний менеджмент – результат трансформації у глобальну управлінську культуру національних управлінських культур на основі загального, що є між ними. Таким загальним є глобалізація базових, духовних, соціальних та економічних цінностей особистості, а також націленість людської спільноти на забезпечення задоволення цих цінностей шляхом раціональної економічної діяльності.

Підсумовуючи вищесказаному, за умов глобалізації як особливості сучасного менеджменту можна назвати такі: доступність і загальність, ступінчастість розвитку, технологічна глобалізація, фінансіаризація, складне взаємодія національного та міжнародного.

Список використаних джерел:

1. Міжнародний менеджмент: навч. посіб. / Г.Я. Глуха, С.Б. Холод, В.Є. Момот, О.А. Євтушенко. Дніпро: Університет імені Альфреда Нобеля, 2018. 72 с
2. Рейтинг Forbes Global 2000. URL: <http://www.forbes.com/global2000/list/>.





Єна В.В., здобувач вищої освіти
ЗВО бакалавр, 073 Менеджмент,

Науковий керівник – **Бабич О. Б.**, к.н.д.у., доцент кафедри
підприємництва, менеджменту та туризму,
Запорізький Інститут Економіки та Інформаційних технологій

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ КОРПОРАТИВНО-СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КОМПАНІЇ ТОВ «ІНТЕРПАЙП-Україна»

ТОВ "Інтерпайп-Україна" - українська промислова компанія, що спеціалізується на виробництві труб і коліс для залізничного транспорту. Вона належить бізнесмену Віктору Пінчуку. Діяльність ТОВ "Інтерпайп-Україна" зосереджена на сталеливарній промисловості (зокрема, прокат), також опосередковано контролює активи в різних сферах промисловості, послуг та інформації. [1]

Продуктовий ряд ТОВ "Інтерпайп-Україна"- включає в себе: нарізні труби (обсадні і насосно-компресорні), лінійні безшовні і зварні труби, муфти і муфтові заготовки, преміальні з'єднання, труби загального призначення, профільні труби і труби для машинобудування. [3]

Місія ТОВ "Інтерпайп-Україна"- Передбачати потреби клієнтів, випереджати розрахунки конкурентів, перевершувати сподівання партнерів, перевищувати надії інвесторів, а значить - перевершувати себе. [2]

Цінності ТОВ "Інтерпайп-Україна"- Відповідальність, Залученість, Націленість на результат, Клієнтоорієнтованість. [2]

Аналізуючи ефективність заходів корпоративної соціальної відповідальності ТОВ "Інтерпайп-Україна" зазначимо що, Корпоративна соціальна відповідальність - це форма корпоративного саморегулювання, інтегрована в бізнес-модель. [4] Тому вивчаючи заходи за 2009р., ми помітили, що ТОВ "Інтерпайп-Україна" більш за все приділяє увагу: Екології, навчанню нового персоналу й медичному захисту співробітників.

22-27 квітня 2009 року Компанії провела Тиждень охорони праці у рамках Всесвітнього дня охорони праці. Під час Тижня було реалізовано комплекс заходів, спрямованих на покращення стану робочих місць, попередження виробничого травматизму та професійних захворювань.

У рамках підготовки до Дня охорони праці було проведено серію консультацій, тематичні заняття, семінари, присвячені забезпеченню належних умов праці, дотриманню вимог промислової безпеки.

У квітні 2009 року було проведено «Форум майстрів», в якому взяли участь співробітники підприємств Компанії з Новомосковська та Нікополя, а також студенти Національної металургійної академії України – учасники проекту

«У майбутнє – разом». Програма Форуму включала захист дипломних робіт нинішніми випускниками, презентацію нових проектів майстрами, які успішно закінчили Школу минулого року, доповіді гостей заходу про практичні розробки та впровадження.



8 вересня 2009 року відбулося відкриття Єдиного медичного центру ІНТЕРПАЙП (ЄМЦ ІНТЕРПАЙП) для надання медичних послуг співробітникам на всіх підприємствах Компанії у Дніпропетровську, Новомосковську та Нікополі. До складу ЄМЦ ІНТЕРПАЙП увійшло 9 медичних пунктів, які обслуговують понад 150 медичних фахівців.

Для реалізації екологічної політики на заводах приймається програма управління екологічними аспектами. В 2009 р. підприємство ВАТ «ІНТЕРПАЙП НМТЗ» інвестувало 1176,383 тис грн на управління екологічними ініціативами.

У 2009 році постійно проводилися вимірювання ефективності роботи електрофільтрів. За результатами досліджень рівень очищення підвищився з 86 до 97%.

Також зупинка роботи мартенівської печі №4 дозволила скоротити викиди в атмосферу на 688,4 т/рік.

Компанія ІНТЕРПАЙП також піклується і про утилізацію своїх відходів. ІНТЕРПАЙП НТЗ витратила на утилізацію промислових, побутових та будівельних відходів 350 тис. грн. У 2009 році було вивезено з території підприємства:

- 193 тони промаслених відходів,
- 4738 м3 побутових відходів,
- 3376 м3 будівельних відходів,
- 24 т. відпрацьованих шин,
- 5 600 ламп, що містять ртуть.

У 2009р. ІНТЕРПАЙП знизив споживання природного газу в Дніпропетровській області на 87 млн м3 на рік, зменшив валові викиди шкідливих речовин в атмосферу в 2,5 рази, та створив 600 нових робочих місць.

14-16 серпня 2009 року у Києві пройшов етап Кубка світу з художньої гімнастики, партнером якого стала трубно-колісна Компанія ІНТЕРПАЙП.

Також Компанія робить внесок у розвиток освіти для майбутніх українських менеджерів. В рамках реалізації проекту «Бібліотека управлінських рішень від ІНТЕРПАЙП» було видано книгу Генрі Мінцберга «Зліт та падіння стратегічного планування» на українській мові. У січні 2009 року вона була передана гуманітарним, економічним, технічним державним та національним ВНЗ, бізнес-школам та бібліотекам Києва, Дніпропетровська, Новомосковська та Нікополя.

Зробивши аналіз звіту з КСВ можна зробити висновок, що більшість заходів КСВ були направлені на екологічні аспекти. Менше уваги було приділено розвитку освіти.

На нашу думку слід порадити ТОВ "Інтерпайп-Україна" приділяти більше уваги розвитку освіти, спорту й приділити увагу дитячим будинкам.

Заходи які приймала компанія в своїх проектах КСВ звісно ефективні, але не досконалі. ТОВ "Інтерпайп-Україна" стрімко розвивається і для компанії такого рівня заходів КСВ не дуже багато.



На нашу думку, для ТОВ "Інтерпайп-Україна" дуже розумним рішенням було-б зробити свою школу, в якій вони безкоштовно навчали дітей з бідних родин та дітей сиріт.

Список використаних джерел:

1. «Виробництво», Офіційний сайт «ІНТЕРПАЙП». URL: <https://ntrp.interpipe.biz/about/about> (дата звернення: 18.09.2021).
2. «Місія», Офіційний сайт «ІНТЕРПАЙП». URL: <https://interpipe.biz/company/mission> (дата звернення: 18.09.2021).
3. «Продукти», Офіційний сайт «ІНТЕРПАЙП». URL: <https://interpipe.biz/clients/clientstubes/products/1> (дата звернення: 18.09.2021).
4. Educalingo – словник на 20-ти мовах. URL: <https://educalingo.com/uk/dic-en/corporate-social-responsibility> (дата звернення: 22.09.2021).
5. «Отчеты», Офіційний сайт «ІНТЕРПАЙП», «Ежегодный отчет для «Глобального договора ООН» о достигнутых результатах и общем прогрессе 2009 г.» URL: <https://interpipe.biz/upload/catalog/2014012911145501f1df9b1f80c42f1a210b411daae4cf.pdf> (дата звернення: 22.09.2021).



Zalka S., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management,
Business and Administration
State Biotechnological University

MAIN FACTORS OF SUSTAINABLE ENTERPRISE DEVELOPMENT

Ensuring sustainable development is an integral part of the success of any business in an unstable environment. In particular, the management of sustainable development requires a constant increased focus on socio-economic growth, and, as a result, increase efficiency.

The concept of sustainable development defines a comprehensive approach to the functioning of enterprises, which involves the relationship and integration of economic, social, and environmental aspects of activity, in which the rate of economic growth is identical to the rate of reproduction of natural resources not only for their own interests needs of future generations [4].

The external environment of the enterprise is changing rapidly and unpredictably. The rapidity of environmental change is due to the development of the information society and the cycle of doubling knowledge every five to seven years. The unpredictability of changes in the external environment is due to factors that the company cannot control, such as the actions of competitors. Characterizing the changes in the environment that face almost every company, we can name the following main areas:

- rapid change of knowledge;
- high rates of product renewal;
- the blurring of boundaries between industries and segments;
- world competition.

The sustainability of the enterprise as a system is related to the nature of the system itself. The driving forces of the industry are the factors that determine changes in the main indicators of industry development and determine the nature of competition of enterprises operating in it. It is impossible to describe the external environment without considering the sources of driving forces, namely:

- long-term trends of economic growth of the industry:
 - determine the ratio of supply and demand;
 - affect the market penetration or departure of enterprises;
 - determine the volume and structure of investments in the industry;
- change in the composition of consumers and ways of using goods due to:
 - demographic processes;
 - socio-economic processes;
 - changes in terms of sales and service;
 - new distribution system;
- new products in the industry create an opportunity:
 - expanding the range of differentiated goods, improving consumer characteristics, design, etc .;
 - increase in the number of customers of the enterprise that produces new



products, at the expense of customers of companies that prefer the products of the old model;

- technology update - change in the industry due to:
 - production of new or improved goods;
 - reducing costs and improving working conditions;
 - reduction of capital investments, increase of profitability level, improvement of conditions for vertical integration, etc .;
- know-how initially creates great benefits for companies that have them, but as new methods spread, these benefits are lost, while the industry as a whole gets the opportunity to reach a new level;
- changes in the marketing system of the industry occur through changes in consumer interest in the goods of the enterprise;
- entering or leaving the industry of large forms dramatically change the situation in the industry, affect its potential, the nature of competition, etc .;
- the entry of enterprises into foreign markets and the globalization of the industry as a result of the international division of labor provides new opportunities for industry development;
- the development of economies of scale leads to lower costs and increased productivity. Here the positions of enterprises change quite noticeably and competition intensifies;
- mass change in consumer preferences changes the situation in the industry;
- changes in legislation and government policy can cause major changes in the industry [1, 3].

The company can not level the sources of transformation of the external environment, so to maintain viability it must develop in the light of changes in the external environment due to variables that it may affect. Such variables are factors of sustainable development. They determine whether the system will be stable. Sustainable development factors are controlled forces that affect the stability of the enterprise in the external environment during its changes. Sustainability of development in an unpredictable and rapidly changing external environment, as a rule, is assessed as the success of the enterprise [2]. Therefore, in the literature, the factors of sustainable development are often called the key factors of success.

Types of factors of sustainable development can be divided into those that [2, 5]:

- depend on technology: quality of research; the possibility of innovation in the production process; the possibility of developing new products; degree of mastery of existing technologies;
- relate to production: low cost of production; production quality; high level of capacity utilization; favorable location of the enterprise, which leads to savings on transportation costs; access to skilled labor; high productivity; the ability to make a large number of product models of different sizes; the ability to fulfill consumer orders;
- relate to the sale of products: a wide network of wholesale distributors; wide



presence in retail outlets; the presence of retail outlets owned by the company; low implementation costs; fast delivery;

- belong to marketing: high qualification of sales staff; available to customers a system of technical assistance in the purchase and use of products; accurate execution of customer orders; the variety of products; the art of sales; attractive design; guarantees for buyers;

- belong to professional skills: special talent; know-how in the field of quality control; competence in the field of design; degree of mastery of a certain technology; - the ability to create effective advertising; ability to quickly transfer new products from the stage of development to industrial production;

- related to organizational capabilities: level of information systems; ability to react quickly to a changing market situation; more experience and know-how in the field of management;

- other key success factors: the favorable reputation of the company with customers; low production costs; favorable location; pleasant to talk to, friendly staff; access to financial markets; availability of patents.

In the process of analyzing and identifying the most important factors of sustainable development, it is necessary to remember that the company has limited resources and therefore it can not affect all factors, so usually choose the four or five most relevant to the current situation.

Literature:

1. Skudlarski J., Zaika S.O., Gridin O.V. The theoretical aspects of innovation. // *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. Випуск № 1. С. 17-25.

2. Гальчак Х. Р. Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Проблеми економіки та управління : збірник наукових праць*. 2016. № 847. С. 69-74.

3. Кирич Н. Б., Мельник Л. М., Погайдак О. Б. Сталий розвиток суб'єктів господарювання: сутність та фактори впливу (Європейські акценти) // *Вісник економічної науки України*. 2015. № 2. С. 151-155.

4. Лазоренко Т., Шолом І. Теоретичні засади концепції управління стійким розвитком підприємства // *Галицький економічний вісник*, № 6 (67). 2020. С. 175-184.

5. Пакулін С. Л., Пакуліна А. А. Управління сталим розвитком сучасного підприємства: наукова стаття. *Траектория науки*. 2016. №3(8). URL: <http://pathofscience.org/index.php/ps/article/view/50>.





Здреник В.С., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту,
публічного управління та персоналу
Західноукраїнський національний університет

ПЕРЕДУМОВИ ТА ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЛОГІСТИЧНОЇ СИСТЕМИ НА ЗАСАДАХ ВИКОРИСТАННЯ ЇЇ КОНСТИТУТИВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ

В сучасних умовах створення дієвої та ефективної логістичної системи окрім врахування класичних принципів і правил, повинно включати оцінку наявних технічних рішень реалізації логістичних підходів в управлінні.

Однак слід визнати, що «існує низка проблем, які стримують розвиток і застосування сучасних інформаційних систем і технологій для вирішення актуальних економічних завдань суб'єктів господарювання» [2, с. 339].

Будучи цілісною, комплексною системою, яка не просто виконує роль способу зниження витрат, а виступає основою оптимізації усіх процесів, що відбуваються на підприємстві, логістика базується на застосуванні низки інструментів. Головні з них – це аналіз і синтез. Ці логістичні інструменти за умови застосування до будь-якої досліджуваної системи дозволяють будувати оптимально збалансований механізм діяльності. Забезпечується це тим, що завдяки аналізу вдається виявити фактори, що впливають на процеси аналізованої системи, використати їх кількісну оцінку щодо впливу та взаємодії один з одним і на саму систему загалом. При цьому важливою характеристикою самого процесу оцінки є можливість, а швидше навіть доцільність вибору максимально впливових і ігнорування (абстрагування) мінімально впливових факторів.

По суті сам цей факт вже містить логістичні характеристики, адже також враховує оптимізаційні моменти. Правда ці моменти стосуються оптимізації самого процесу розрахунків. Для фахівців, які проводять такий аналіз важливо максимально правильно ідентифікувати чинники впливу. Від цього практично залежить увесь подальший результат, оскільки на основі отриманих в результаті аналізу даних синтезуються формалізовані оптимізовані моделі.

Тобто наступний важливий інструмент логістичного підходу – синтез, використовується для розробки систем вищої ефективності та якості й забезпечує в процесі розроблення (а за умови схвалення – й функціонування) цієї формалізованої моделі нові, покращені параметри проекрованої системи. При цьому спроектована нова модель об'єднуватиме лише ключові фактори в динаміці розвитку розглядуваної системи (рис. 1).

Реалізація процесу застосування зображених на рис. 1 конститутивних (основних / ключових) інструментів логістики вимагає належної підготовки фахівців з відповідними компетентностями.

Але, перш ніж перейти до цього важливого питання (від фаховості працівників в сфері логістики значною мірою залежить кінцевий результат ведення діяльності чи бізнесу загалом), варто вирішити проблему щодо



створення самої логістичної системи (для новоорганізованих бізнесових чи інших структур) чи її удосконалення (за умови наявності на діючому підприємстві).



Рис. 1. Конститутивні логістичні інструменти, їх змістові характеристики та взаємозв'язок

Зважаючи на наявні пропозиції та практику формування логістичної системи найбільш поширеними етапами (стадіями) її організації є проектування, планування (за певною змістовною схожістю їх можна об'єднати), реалізація та оцінка. Кожен з них характеризується наявністю обов'язкових компонент (елементів), котрі забезпечують виконання відповідних поставлених завдань і досягнення встановлених цілей, а також генеральної мети формування логістичної системи (рис.2).

Безумовно, виокремлені на рис. 2 етапи можуть бути деталізовані більш ретельно та можуть включати авторські бачення. З точки зору практики та професійних суджень керівників і проєктантів логістичної системи – це цілком об'єктивно. Однак запропонована послідовність адаптована до формування загального уявлення про етапи створення логістичної системи й може бути доповнена та деталізована усіма класичними і інноваційними елементами для кращого розуміння усього репрезентованого процесу.

Костюк Г. В., Гурич Ю. А., Вейнберегер В. В., наприклад, пропонують концептуальну модель формування логістичної системи, яка складається з комплексу взаємопов'язаних напрямків діяльності по забезпеченню міжфункціональної інтеграції управління матеріальним потоком на підприємствах.

При цьому вони розмежовують 5 етапів: 1) розробка дерева цілей та задач



підприємства; 2) аналіз існуючого логістичного ланцюга; 3) визначення необхідної структури та змісту інтегрованого процесу управління матеріальним потоком; 4) удосконалення управління (запасами); 5) Оцінка ефективності функціонування логістичної системи [1].



Рис. 2. Етапи формування логістичної системи

Примітка: * – підтвердження впевненості; ** – після впровадження системи та деякого проміжку її функціонування можуть виникнути можливості удосконалення.

Загалом вищеназвані автори поєднали у своєму дослідженні рисунок зображення етапів із застосуванням звичайних знаків і знаків для побудови блок-схеми. Такий підхід досить оригінально дозволяє вирішити проблему переходу від одного етапу до іншого та справляє враження застосування алгоритму формування логістичної системи.

В більшості праць українських і зарубіжних авторів етапи формування



логістичної системи розглядаються з позиції логічності проведення дослідницько-аналітичних і організаційних робіт. При цьому важливою є оцінка як вихідних умов, так і самої новоствореної системи. Щодо перших важливими є чинники впливу, а проєктована логістична система оцінюється з позиції ефективності.

Слід зауважити, що в кожній ланці логістичного ланцюга є власні специфічні складові, однак усі вони так чи інакше вимагають присутності виконавців – фахівців відповідного профілю та рівня. Найбільш поширеною є логістика в торгівельних і транспортних організаціях (хоча вона не менш важлива і для будь-яких інших суб'єктів господарювання). То ж саме в цих галузях сконцентрована найбільша кількість відповідних інституцій. Як правило, логістичні питання вирішує фахівець фірми, або ж, якщо це достатньо потужна компанія – цілий відділ. Також слід відмітити, що працівник, котрий виконує завдання менеджера з логістики та застосовує логістичний інструментарій, в силу власної ролі та ваги для компанії, є достатньо високооплачуваною особою.

В сучасних умовах розвитку технологій та комунікаційного зв'язку є надзвичайно багато нових можливостей подальшого розвитку логістики. Формування ж такої системи за умови використання запропонованих вище етапів надає реальні передумови створення якісної, ефективної та продуманої інституції, здатної вирішувати оптимізаційні завдання та забезпечувати кращу конкурентоздатність суб'єкта господарювання. Відповідно, розвиток такого напрямку наукових досліджень в перспективі уможливить вирішення багатьох проблем, що лежать в площині юрисдикції такого важливого виду діяльності як логістика.

Список використаних джерел:

1. Костюк Г.В., Гурич Ю.А., Вейнбергер В.В. Концептуальні основи формування логістичної системи підприємства. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5318>.
2. Хорунжак Н. М. Проблеми моделювання інформаційних систем обліку в бюджетних установах. *Українська наука: минуле, сучасне майбутнє* : Щорічник. Випуск 7. Тернопіль : Економічна думка, 2003. С. 338-342.



Kalinichenko V., Bachelor's degree,
Educational and professional program Public administration and administration,
Supervisor – **Zalka S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Blotechnological University

PECULIARITIES OF THE STATE GENDER POLICY DEVELOPMENT

In modern Ukrainian society, the problems of the development of gender policy of the state and its involvement in the democratic process have become relevant due to the diversity of political processes and the introduction into the mass consciousness of positive democratic factors and procedures. An important point was the proclamation of such values as freedom and equality of citizens, the election of the highest state authorities, the appeal to human rights and freedoms as the highest value, the creation of an institution of a multiparty system, and ideological pluralism.

In the last decade, the concept of "gender" has become more widely used in the study of political phenomena and is already used:

- as a criterion for the selection of political subculture;
- as a factor that determines political participation and behavior;
- as a qualification for obtaining suffrage;
- as a condition for the recruitment of political elites;
- as a variable in several religious, national, economic, social factors [1, 4].

However, most scholars do not touch on this topic, and in the case of the need to address gender issues, use vague characteristics or stereotypes of behavior due to the article [3].

Gender is a social model of a man and a social model of a woman, through which the situation in the society of both sexes is considered equally and no emphasis is placed on anyone [5].

Today, Ukraine is at the beginning of the path, when gender policy has not yet shown its essence, which requires serious state intervention, when gender processes have not shaken society, affecting the community, publicity, freedom. The goal of state gender policy is to achieve de facto gender equality. It means that all human beings have freedom of choice and freedom to develop their abilities without restrictions imposed by stereotypes and the traditional gender system, which is a set of relationships between men and women, including ideas, informal and formal rules and norms, determined according to the place, goals, and position of sex in society. The distribution of responsibilities, workload, income, access to economic and intellectual resources, and political decision-making is based on the main principles of the gender system [2].

The content and effectiveness of state gender policy are determined by the following factors:

- ideological, reflecting a high level of understanding of the essence of gender issues and the prevailing system of views on the role of men and women in society;
- socio-economic, as a measure of socio-economic development of society;



institutional, which characterizes the political regime and the level of development of democracy;

- situational, which demonstrates the position and initiative of political actors: government agencies, political parties, social movements, the population.

The defining element of gender policy is the type of social policy, the nature of the relationship between the state and the family, demonstrating social partnership, protectionism or non-interference, and the position of civil society institutions (political parties, social movements, and women's organizations) [3].

The gender policy of the state should establish in all spheres such norms and standards, frameworks and directions of development, restrictions, and freedoms, which will allow forming new public relations, as much as possible ensuring gender equality. By its nature, this equality is not absolute, its meaning is the possibility of choosing for the development of men and women of their abilities in different gender roles.

Gender equality is hindered by stereotypes and the system of historical relations, ideas, rules adopted in society in a particular mode of production. Actual gender equality may also be associated with some legal, social or psychological inequality.

Gender equality inevitably leads to a gender hierarchy, which should change the social significance, the degree of reward, the level of prestige of certain professions and occupations. Ultimately, gender policy must lead to a balance of gender relations in society. At the same time, the "women's" policy of the state should be an integral part of gender policy [1].

Thus, the state gender policy should be aimed not at improving the situation of women, but at the actual achievement of gender equality, while taking into account the interests and opportunities of both sexes equally.

Literature:

1. Венгер О. Особливості становлення гендерної демократії в Україні // *Політичний менеджмент*. 2009. № 3. С. 145-152.

2. Вілкова О. Сучасні моделі гендерної політики: сутність та особливості впровадження // *Політичний менеджмент*. 2008. № 172 6. С. 160-166.

3. Гендерний аналіз українського суспільства. К.: Логос, 1999. 156 с.

4. Гендерні аспекти державної служби: монографія / За заг. ред. Б. Кравченка; кол. авт.: М.І. Пірен, Н.В. Грицяк, Т.Е. Василевська, О.М. Іваницька; Укр. Акад. держ. упр. при Президентові України. Центр дослідж. адм. реформи. К.: Вид-во Соломії Павличко «Основи», 2002. 335 с.

5. Гендерні паритети в умовах трансформації суспільства: монографія / За заг. ред. Н.М. Онищенко, Н.М. Пархоменко. К.: ТОВ «Видавництво «Юридична думка», 2007. 372 с.



Kyrychenko A., Bachelor's degree,
Educational and professional program, Management,
Supervisor – **Zalka S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Biotechnological University

PECULIARITIES OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF ENTERPRISES

The fundamental basis of high-tech and high-performance areas of production, a factor in the competitiveness of enterprise products in market conditions is the development of innovative activities of the enterprise.

Criteria that summarize different approaches and understandings of innovation indicate that innovation is a complex category that requires detailed elaboration, classification, development, and management.

Innovative activity is a type of activity related to the transformation of ideas into technologically new or improved products or services introduced on the market, into new or improved technological processes or methods of providing services used in practice.

Innovation activities include scientific, technological, organizational, financial, and commercial activities that interconnect to shape innovation [3].

Innovation is a new or significantly improved product (good, service) or process, a new sales method, or a new organizational method in business practice, job organization, or external relations [5].

The main goal of innovation is to increase the efficiency of production, to create such competitive products, services, activities that will bring additional income shortly [2].

Thus, the purpose of innovation is to increase production efficiency, create a competitive product that can provide additional profits.

Innovation is a category that reflects the activities of the state. Innovation is interpreted as "a new or significantly improved product (good, service) or process, a new method of selling or a new organizational method in business practice, job organization or external relations" [3].

Innovation activity - activity (including scientific, technological, organizational, financial, and commercial activities) aimed at the implementation of innovation projects, as well as the creation of innovation infrastructure and ensuring its activities.

An innovative type of economic development is based on the modernization of various sectors of the economy, which involves human capital as a major factor in economic development, the formation of a new economy - the economy of knowledge and high technology, which should become one of the leading sectors of the national economy [1].

10 factors affect the innovative development of enterprises:

- scientific and technological;
- regulatory and legal;



- organizational;
- institutional;
- production;
- cooperation and collaborations;
- personnel and social;
marketing;
- economic and financial;
- information [4].

Innovative activity has a significant or fundamental impact on the activities of the enterprise. At the same time, there is uncertainty about the introduction of innovations. In the presence of high-quality feasibility studies, some projects bring the best results, others even negative. To increase the positive effect and reduce the losses from innovation, it is necessary to manage the people who implement them.

Thus, analyzing the positions of various scientists in the field of innovation, we can conclude:

1. Innovation is the result of an innovation activity or innovation process. Depending on the target orientation of the enterprise, it is decided in which practical activities the innovations will be applied.

2. Technological and socio-economic changes are changing the very nature of the economic activity and ways of doing business. Change requires a new culture, a wide range of new knowledge and skills.

3. The role of human capital in sustainable progressive innovative development of enterprises is growing. New knowledge and skills are becoming key resources of human capital. The task of management is to manage human capital in such a way as to find a compromise between the variety of solutions in the implementation of innovations and the implementation of innovation strategies promptly.

Literature:

1. Skudlarski J., Zaika S.O., Gridin O.V. The theoretical aspects of innovation // *Актуальні проблеми інноваційної економіки*. Випуск № 1. С. 17-25.

2. Заїка С.О. Теоретичні аспекти управління інвестиційно-інноваційною діяльністю аграрних підприємств. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія «Економіка і менеджмент»*. Випуск 11. 2015. С. 101-106.

3. Заїка С.О. Фактори формування інноваційного потенціалу підприємств. *Вісник Одеського національного університету. Серія: Економіка*. Том 20. Випуск 6. 2015. С. 94-97.

4. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник / За ред. П.П. Микитюка. Тернопіль: ПП «Принтер Інформ», 2015. 224 с.





МЕНЕДЖМЕНТ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У СФЕРІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Скорочення інноваційного розриву національної економіки з глобальним простором є однією з цілей вітчизняної промисловості та світового інноваційно-технологічного розвитку. В організаційному плані це передбачає формування ефективного глобального партнерства як системи скоординованих дій у сфері глобального інноваційного розвитку.

На нашу думку варто погодитися з тим, що «перспективи розвитку світової інноваційної економіки будуть залежати від темпів розробки нововведень і швидкості дифузії нових технологій, формування нових галузей». Однак дані перспективи будуть носити позитивний характер за умов активізації процесів скорочення інноваційного розриву в глобальному масштабі.

Проблема міжорганізаційного та міжнародного трансферу технологій, тобто трансферу технологій між різними інноваційними системами, поряд із наявною проблематикою зумовили розвиток системного утворення альянсів, тобто співробітництво двох або більше організацій у роботі над конкретною технологією. За сучасних умов розвитку аграрного бізнесу активізувались конкуренція та кооперація – як два взаємозалежних фактори успіху виробничо-збутової системи, і акумуляція даної діалектичної групи у сфері інновацій. Саме тому інноваційний розвиток світової економіки передбачає формування моделі відкритих інновацій, коли економічні суб'єкти світового простору об'єднують організаційно-виробничі системи в науково-технічній сфері та активно обмінюються своїми досягненнями [1. с. 15]. На нашу думку, трансфер технологій є однією з основних сучасних складових глобальної бізнес-моделі, а країни прагнуть створити ефективні національні інноваційні системи, що забезпечують ефективне здійснення інноваційної діяльності всіх учасників господарського процесу.

Вперше поняття «innovation» з'явилося в наукових дослідженнях учених у XIX ст. У другій половині XX ст. дослідження концепції інновацій отримали подальшого розвитку. Термін «інновація» походить від латинського «novatio», що перекладається як «оновлення» (або «зміна»), та приставки «in», котра означає в перекладі «в напрямку», отже, якщо перекладати дослівно «innovation» – «в напрямку змін», «в нове». Відповідно інноваційний потенціал являє собою сукупну здатність і готовність наявних у господарюючого суб'єкта ресурсів для досягнення поставлених цілей інноваційного розвитку [2. с. 82].

Суть інноваційної моделі України полягає в новій якості економічного розвитку: у структурній перебудові економіки, в інтенсифікації використання інноваційного потенціалу, у створенні нового господарського механізму, що передбачає функціонування інноваційних господарських систем (рис. 1.).

Формування державної інноваційної політики в Україні передбачає



багаторівневу систему нормативно-правової бази.



Рис. 1. Схема нормативно-правового забезпечення державної інноваційної політики в Україні [3. с. 321].



Оцінюючи наявний законодавчо-інституційний комплекс інноваційної системи можна виділити чотири рівні: державний; регіональний; субрегіональний; базовий.

На кожному з цих рівнів доцільно виокремити дві взаємопов'язані групи законодавчого забезпечення, а саме: сфера соціальноекономічного регіонального розвитку та інноваційного розвитку.

Ефективне управління інноваційним розвитком підприємства на основі його інноваційної культури потребує узгодженої взаємодії його підрозділів. Взагалі ж, як свідчить практика, в сучасній економіці серед функцій управління на чільне місце виходить організація і її роль постійно зростає [4. с. 169; 5].

Отже, результати аналізу теоретичних засад і практики активізації процесів інноваційного розвитку свідчать, що провідну роль відіграють організаційні інновації, світові лідери інноваційного бізнесу які своїм успіхом значною мірою зобов'язані впровадженню і використанню нових організаційних форм. У цьому контексті авторські розробки є певним внеском в поглиблення і розвиток теоретико-методичних і прикладних засад організаційного забезпечення процесів активізації інноваційної діяльності малого бізнесу, який в економічно розвинених країнах є головним рушієм НТП. При цьому головна увага повинна бути приділена підприємствам промисловості як провідної галузі вітчизняної економіки.

Список використаних джерел:

1. Артемова А. Екскурс у інноваційне середовище. *Аграрний тиждень*. 2017. №12. С. 15-20.
2. Кисіль М.І. Інвестиційна та інноваційна доктрини аграрної політики України. *Економіка АПК*. 2020. №12. С. 82-86.
3. Гойко А.Ф. Методи обґрунтування ефективності інвестицій та пріоритетні напрямки реалізації. К.: ВІРА, 2020. 320-325 с.
4. Гайдуцький А.В. Економічний механізм розвитку інвестиційної конкурентоспроможності агропромислового сектору економіки. *Економіка України*. 2021. №2. С. 169-170.
5. Ладебник Л. Суперечності використання іноземного капіталу в Україні. *Економіка України*. 2017. №10. С.173-176.





Ковцун М. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПІ Облік і оподаткування,
Літинська В. А., к.е.н, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

ЛІДЕРСТВО В МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ

Проблемам лідерства і його ефективного використання в менеджменті приділяється особлива увага. Лідерство як новий напрям дослідження виник наприкінці ХХ століття в сучасному менеджменті внаслідок психологізації та соціологізації як відповідь на потреби суспільства більш повно використовувати та розвивати творчий потенціал робітників.

На сьогоднішній день багато науковців займаються проблемами лідерства в організації, однак найбільше уваги було приділено: Н Гавкаловою, Л.І. Скібіцькою, Ф.І. Хміль та ін.

Лідерство є важливою функцією менеджменту, яка допомагає максимізувати ефективність і досягати організаційних цілей. Наступні моменти виправдовують важливість лідерства в турботі.

Лідерство – це процес, за допомогою якого керівник може спрямовувати, направляти та впливати на поведінку та роботу інших для досягнення конкретних цілей у певній ситуації. Лідерство - це здатність керівника спонукати підлеглих працювати впевнено та завзято [1, с. 33].

Лідерство – це можливість впливати на поведінку інших. Він також визначається як здатність впливати на групу для досягнення мети. Лідери повинні розробляти бачення майбутнього та мотивувати членів організації бажати досягти найкращого [2, с. 96].

Лідерство – це здатність переконати інших з ентузіазмом прагнути до визначених цілей. Саме людський фактор об'єднує групу і спонукає її до досягнення цілей [3, с. 321].

Лідерство – це міжособистісний процес, у якому керівник намагається впливати та направляти працівників до досягнення цілей. Він позначає кілька якостей, які мають бути присутні в людині, включаючи інтелект, зрілість та особистість [4].

Лідерство – це груповий процес. Воно включає двох або більше людей, які взаємодіють один з одним. Лідерство пов'язане з ситуацією. Не існує найкращого стилю керівництва. Все залежить від вирішення ситуації.

Лідер бере участь у формуванні та формуванні поведінки групи щодо досягнення організаційних цілей.

Ініціює дії лідер – це людина, яка починає роботу, повідомляючи підлеглим політику та плани, звідки насправді починається робота. Він мотивує працівників економічними та неекономічними винагородами і тим самим отримує роботу від підлеглих.

Керівник повинен не тільки контролювати, але й відігравати керівну роль для підлеглих. Керівництво тут означає інструктаж підлеглих, яким чином вони



повинні виконувати свою роботу ефективно.

Впевненість є важливим фактором, якого можна досягти, висловлюючи робочі зусилля підлеглим, чітко пояснюючи їм їхню роль і даючи їм настанови для ефективного досягнення цілей. Також важливо вислухати співробітників щодо їхніх скарг та проблем.

Моральний дух означає бажання співробітників співпрацювати з їхньою роботою, зміцнення впевненості та завоювання їхньої довіри. Лідер може підвищити моральний дух, досягнувши повної співпраці, щоб він працював з найкращими можливостями, працюючи для досягнення цілей [4].

Керівництво отримує завдання від людей. Ефективне робоче середовище сприяє міцному та стабільному росту. Тому про людські стосунки лідер повинен пам'ятати. Він повинен мати особисті контакти з працівниками, слухати їхні проблеми та вирішувати їх. Він повинен ставитися до працівників на гуманітарних умовах.

Координацію можна досягти шляхом узгодження особистих інтересів з цілями організації. Така синхронізація може бути досягнута шляхом правильної та ефективною координації, яка має бути основним мотивом лідера.

Лідерство та менеджмент – це терміни, які часто вважають синонімами. Важливо розуміти, що лідерство є важливою частиною ефективного управління. Як вирішальний компонент управління, чудова поведінка лідера наголошує на створенні середовища, в якому кожен працівник розвивається та досягає успіху. Лідерство визначається як потенціал впливу та спрямування зусиль групи до досягнення цілей. Цей вплив може походити з офіційних джерел, наприклад, з отриманням керівної посади в організації.

Керівник повинен володіти рисами лідера, тобто володіти лідерськими якостями. Лідери розробляють і починають стратегії, які створюють і підтримують конкурентні переваги. Організації вимагають міцного лідерства та надійного управління для оптимальної організаційної ефективності.

Лідерство відрізняється від менеджменту тим, що [2, с. 113]:

- керівники формують структуру та делегують повноваження та відповідальність, лідери забезпечують напрямок, розробляючи бачення організації та повідомляючи її співробітникам та надихаючи їх на досягнення;

- управління включає зосередженість на плануванні, організації, комплектуванні персоналу, керівництві та контролі; лідерство в основному є частиною керівної функції управління. Лідери зосереджуються на тому, щоб слухати, будувати стосунки, працювати в команді, надихати, мотивувати та переконати послідовників;

- лідер отримує владу від своїх послідовників, менеджер отримує свій авторитет завдяки своїй посаді в організації;

- менеджери дотримуються політики та процедур організації, лідери слідуєть власному інстинкту. Управління — це наука, оскільки менеджери точні, планомірні, стандартні, логічні та більше розумні. З іншого боку, лідерство – це мистецтво. В організації, якщо менеджери потрібні, то лідери є



обов'язковими та необхідними;

- керівництво має справу з технічним виміром в організації або змістом роботи; лідерство має справу з аспектом людей в організації;

- керівництво вимірює та оцінює людей за їхніми іменами, минулими записами, поточними показниками; лідерство бачить і оцінює людей як такі, що мають потенціал для речей, які неможливо виміряти, тобто воно має справу з майбутнім і продуктивністю людей, якщо їхній потенціал повністю розкритий.

Якщо керівництво реактивне, лідерство є ініціативним. Управління базується більше на письмовому спілкуванні, тоді як лідерство базується більше на вербальному спілкуванні.

Організації, які перебувають в управлінні та недостатньому керівництві, не досягають еталону. Лідерство в супроводі керівництва задає новий напрямок і ефективно використовує ресурси для його досягнення. Як лідерство, так і менеджмент є важливими для індивідуального та організаційного успіху.

Таким чином, тема лідерства стає все більш популярною у всьому світі, тому що все більша кількість компаній починає розуміти, що ефективність та успішність їх діяльності залежить від того, наскільки сильний у них лідерський потенціал.

Удосконалюючи лідерські якості, організації повинні пам'ятати, що сильне лідерство в комбінації зі слабким менеджментом не краще, а часом навіть гірше, ніж слабе лідерство й сильний менеджмент.

Отже, основна проблема - об'єднати сильне лідерство й сильний менеджмент і використовувати переваги кожного механізму для компенсації недоліків іншого.

Список використаних джерел:

1. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу. *Україна: аспекти праці*. 2015. № 3. С. 31–37.
2. Скібіцька Л. І. Лідерство та стиль роботи менеджера : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2009. 181с.
3. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підручник. Київ : Академвидав, 2003. 608 с.
4. Лідерство в епоху нової економіки: почти все по-прежньому. URL: <http://www.management.com.ua/ld/ld021.html> (дата звернення: 04.03.2022).





Козін О.О., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

СУТНІСТЬ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА У СУЧАСНИХ РИНКОВИХ УМОВАХ

Розвиток підприємства в контексті його позитивного аспекту є головним завданням управлінської діяльності керівництва, оскільки являє собою не лише визначальний для забезпечення економічної безпеки чинник, а й такий, що є підґрунтям економічного зростання, тобто реалізації головної мети господарської діяльності – отримання прибутку. Невизначеність умов соціальної, економічної, політичної та інших сфер в Україні, а також її євроінтеграційні стратегічні орієнтири зумовлюють необхідність опрацювання теоретичних засад управління розвитком підприємств з метою адаптації в подальшому методичних положень, організаційно-економічного механізму формування потенціалу як підґрунтя забезпечення ефективного розвитку [2].

Розвиток підприємства є незворотнім, цілеспрямованим та закономірним процесом господарської системи, послідовність переходу її з одного стану в якісно інший на основі удосконалення техніки, технології та організації праці, впровадження новацій в управлінні.

Розвиток є важливою характеристикою підприємства. І у практичному аспекті українські науковці вважають представлену вище трактовку досить спрощеною. Досвід підприємств свідчить, що для підприємства не завжди є благом перехід до більш складної організаційної структури. Такий підхід обумовлений тим, що більш складна структура підприємства може бути передумовою втрати контролю над процесами, які здійснюються на підприємстві.

Кількісні зміни на підприємстві є наслідок якісних функціональних характеристик. Якісні зміни у функціонуванні підприємства неодмінно призводять до кількісних змін показників діяльності підприємства. Таким чином, розвиток підприємства можливо зрозуміти в двох аспектах [1]:

- кількісний вимір, тобто фізичне укрупнення підприємства (наприклад, нові підрозділи напрямки діяльності, розширення ринків збуту);
- якісний вимір, тобто вимір функціональності підприємства (наприклад, змога вести успішну конкурентну боротьбу, ефективно стимулювання попиту на свою продукцію).

Розвиток для підприємств розглядають, з одного боку, як такий тип змін, що підвищує ступінь організованості системи, а з іншого – як виділену у складі підприємства систему, в якій об'єднані інноваційні процеси, що ведуть до кількісних та якісних змін у всіх функціональних галузях підприємства, а також контури її управління на основі зворотних зв'язків, в яких вирішуються завдання стратегічного та тактичного управління і запускаються механізми самоорганізації оперативного управління розвитком. Базуючись на моделі



життєвого циклу організації, розвиток підприємства можна трактувати як життєвий цикл, який характеризується часовими етапами і має такі стадії розвитку організації: народження, дитинство, отрочтво, рання зрілість, розквіт сил, повна зрілість, старіння, оновлення [3].

Отже, розвиток означає не просто зміни, а зміни прогресивні, що удосконалюють бізнес-процеси підприємства. Для розвитку характерні такі параметри, як випуск нової продукції і освоєння нових ринків збуту, використання нової техніки, обладнання, новітніх технологій, впровадження нових форм організації й оплати праці та методів управління виробництвом, удосконалення наявних партнерських відносин і формування нових.

Список використаних джерел

1. Вініченко О. М. Характеристика, види та сутність розвитку підприємства. *Агросвіт*. 2015. № 15. С. 49–57.
2. Занора В. О. Розвиток підприємства: сутність, форми, види. *Галицький економічний вісник*. Т. : ТНТУ, 2019. Том 61. № 6. С. 69–78.
3. Сірко А.Ю. Сутність та визначення поняття економічного розвитку підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 14. 2016. С. 541–544.





Косарев М.Р., здобувачі вищої освіти

ЗВО Бакалавр 073 Менеджмент

Науковий керівник – **Бабич О. Б.**, к.н.д.у., доцент

кафедри підприємництва, менеджменту та туризму

Запорізький Інститут Економіки та Інформаційних технологій

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ЗАХОДІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ТОВ «ЛАЙФСЕЛ»

Сучасні організації активно шукають нові конкурентні переваги, які б підвищували соціальну цінність корпоративних активів та збільшували б додану вартість. Одним із таких інструментів є корпоративна соціальна відповідальність (КСВ), що розуміється як відповідальність підприємства за прямий та опосередкований вплив на економічну, екологічну та соціальні системи, в які воно вбудоване, позитивний вплив бренду на все, що відбувається навколо його діяльності[5]. ТОВ «Лайфселл» (компанія «Lifecell»), як об'єкт нашого аналізу, щорічно, починаючи з 2009 року, публікує нефінансові звіти про свої результати у сфері корпоративної соціальної відповідальності та сталого розвитку [2].

Lifecell – український телекомунікаційний оператор, що пропонує своїм абонентам найсучасніші послуги та розвиває інноваційну екосистему телекомунікаційної галузі. Компанія першою серед українських мобільних операторів представила в Україні технології EDGE / GPRS, 3G, 4G, а також провела відкрите тестування 5G в партнерстві з Ericsson Україна. До цифрового портфоліо lifecell входять такі продукти: багатофункціональний месенджер ViP; захищене хмарне сховище lifebox; мобільний платіжний сервіс; застосунки Журнали, TV+, lifecell music; портали «Дитячий світ», Kidster, BeFit, Men's live, Be Woman тощо. З 2019 року lifecell реалізовує проекти з «розумного обліку» ресурсів, «розумного освітлення», моніторингу довкілля, покращення безпеки громадян і впроваджує інші IoT-рішення. У своїй роботі lifecell керується принципом винятково відповідального ведення бізнесу. Компанія дбає про довкілля, сприяє формуванню інклюзивного суспільства, протидіє шахрайству та корупції, інвестує в розвиток української технологічної освіти, а також робить внесок у боротьбу з пандемією COVID-19 [1].

Розглядаючи ефективність заходів КСВ компанії «Lifecell» за 2019-2020 роки [3], можна відзначити що вони мали прикладну та галузеву спрямованість. Проаналізуємо деякі з них:

Волонтерська діяльність.

Lifecell Волонтери:

Розпродаж виробів, виготовлених волонтерами lifecell. Він відбувається на спеціальній сторінці внутрішнього порталу компанії. В сумі за 2019 та 2020 рік було зібрано близько 54 000 гривень.

Боротьба з COVID-19:

Lifecell придбав 2 апарати ШВЛ для українських лікарень Білої Церкви та Умані. Двічі було нараховано 14000 медикам по 1500 хвилин та 20 Гб без



додаткової оплати. Була створена спеціальна сторінка про боротьбу з COVID-19 на корпоративному сайті. Абоненти мережі були звільнені від оплати дзвінків на «гарячі лінії» МОЗ та МЗС.

2. Розвиток освіти.

2.1 Lifecell Академія:

У вересні 2019 року стартував соціально-освітній проект «lifecell Академія», що покликаний мотивувати до навчання школярів невеликих населених пунктів різних регіонів України. 24 школи взяли участь у проекті. Переможцями стали: 303 школяра та 24 класних керівника.

2.2 Upgrade yourself with lifecell:

Соціально-освітній проект від lifecell який актуалізував знання та лекційний матеріал у ВУЗах. Було проведено 23 тренінги, серед яких були 10 тренерів від lifecell, а учасників було більше ніж 900.

Еко-відповідальність.

3.1 Електроенергія:

Попри стрімке розгортання мережі 4.5G в усіх регіонах України, компанії вдалося скоротити споживання електроенергії завдяки заміні частини телеком-обладнання на більш енергоефективне, а також внаслідок переведення офісів на віддалений режим роботи. 493 185 кВт*год – скорчено споживання електроенергії офісно-технологічними центрами lifecell у 2020 р.

3.2 Викиди вуглекислого газу:

Завдяки роботі на відстані, компанія змогла зменшити викиди вуглекислого газу на 32% за 2019 рік та на 35% за 2020 рік. А також було зменшене використання пального корпоративним транспортом на 2.2% [4].

Проаналізувавши більшість заходів КСВ ТОВ “Lifecell” можна зробити такі висновки: основна кількість програм компанії спрямовані на: волонтерську діяльність, розвиток спорту, інклюзивного суспільства та боротьбу з корупцією і шахрайством. Також “Lifecell” слідкує за довкіллям, намагається скоротити небезпечні викиди та сприяє сортуванню сміття. Lifecell активно підвищує кваліфікацію своїх робітників та заохочує школярів, студентів та вчителів до плідної і результативної праці. Часто проводяться акції для важкохворих людей та дітей, дітей-сиріт, через збирання коштів на лікування, медикаменти, іграшки, їжу.

В цілому, на нашу думку, компанія ТОВ "Lifecell" може більше приділяти увагу пенсіонерам та бійцям АТО. В них немає жодного проекту, який би допомагав літнім людям або бійцям. Оскільки зараз в Україні напружена ситуація на сході України, компанія Lifecell могла б допомагати бійцям грошима, амуніцією, зв'язком тощо. Для літніх людей ТОВ "Lifecell" може робити спеціальні безкоштовні тарифи, більше проводити панельних консультацій або зробити центри дозвілля для осіб третього віку.

Список використаних джерел:

1. Lifecell. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Lifecell>
2. Lifecell сьогодні. URL: https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/kompaniia-



sogodni/lifecell-sogodni/

3. Соціальна звітність. URL: https://www.lifecell.ua/uk/pro_lifecell/sotsialna-vidpovidalnist/sotsialna-zvitnist/

4. Соціальний звіт lifecell 2019-2020. URL: https://www.lifecell.ua/uploads/filelibrary/public/by_month/2021/09/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%B9%20%D0%B7%D0%B2%D1%96%D1%82%20lifecell%202019-2020.pdf

5. Що таке КСВ. URL: <https://bazilik.media/shcho-take-ksv/>.





Кремпоха Я.С., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Місцеве самоврядування,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ РЕГУЛЮВАННЯМ КОНФЛІКТУ ІНТЕРЕСІВ НА ДЕРЖАВНІЙ СЛУЖБІ

Конфлікт інтересів – це наявність у особи приватного інтересу у галузі її представницьких або посадових повноважень, що може вплинути на процес прийняття особою рішень, вжиття дій чи вчинення бездіяльності в ході реалізації своїх повноважень, або ж реальна суперечність між приватним інтересом та офіційними повноваженнями, яка реально впливає на її офіційну діяльність (реальний конфлікт інтересів) [3]; це суперечність між приватним (особистим) інтересом особи та її службовими повноваженнями. Саме наявність чи відсутність у особи приватного інтересу до вирішення певного питання у більшості випадків буде показником, що свідчатиме про конфлікт інтересів у особи [1].

Під цим поняттям також мається на увазі ситуація, при якій особиста зацікавленість службовця державного типу може прямо або побічно впливати відповідність виконання ним своїх обов'язків. Досить часто подібна процедура супроводжується тим, що виникає суперечлива ситуація між особистою зацікавленістю особи і законами організації, суспільства або держави.

Під особистою зацікавленістю розуміють ситуації, які прямо або побічно можуть вплинути на виконання службовцем своїх обов'язків. Особиста зацікавленість безпосередньо впливає на конфлікт інтересів на державній службі. Приклади особистої зацікавленості – це можливість отримання особою, яка перебуває на державній посаді, додаткових доходів у вигляді грошей, цінностей та іншого майна, які можуть бути доступними не тільки безпосередньо службовцю, а й членам його сім'ї, родичам, друзям. Державний службовець у силу своєї роботи, наприклад, при виконанні окремих функцій управліннь державного типу, може потрапляти у ситуації, які підпадають під визначення особистої зацікавленості. Конфлікт інтересів на державній і муніципальну службу у такому випадку може бути викликаний функціями службовця щодо наявності повноважень приймати рішення за технічними, організаційними, кадрових, фінансових, матеріальних чи інших питань організації або держави [2].

Повідомлення про конфлікт інтересів є найважливішою функцією державного службовця. Запобігання і врегулювання конфлікту інтересів на державній службі є відповідальністю службовця, і якщо ним не було прийнято ніяких заходів у даному напрямку, то це правопорушення веде до звільнення особи з державної посади. Розслідуванням ситуації, під час якої державним службовцям не було прийнято ніяких заходів щодо запобігання та врегулювання конфлікту інтересів, займається відповідний підрозділ кадрової



служби, який відповідає за профілактику правопорушень в органах виконавчої влади та у корупційних ситуаціях.

Таким чином, абстрактне поняття конфлікту інтересів може мати різноманітні прояви, тому посадова особа може стати порушником антикорупційного законодавства без наявного прямого умислу або ж з необережності, не усвідомлюючи повною мірою ситуації. Тут не варто забувати старі, як світ, істини: незнання закону не звільняє від відповідальності.

Список використаних джерел

1. Гладун О. Засоби врегулювання конфлікту інтересів у діяльності прокурорів. *Науковий часопис Національної академії прокуратури України*. 2017. № 2(14). С. 26–34.

2. Про запобігання корупції: Закон України від 14.10.2014 № 1700-VII. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1700-18>.

3. Требенець Н. І. Професійна етика публічного службовця та запобігання конфлікту інтересів : публічний виступ. *Сайт спільноти кращих державних службовців України*. URL: <http://kds.org.ua>.





КОМПЕТЕНТНОСТІ МЕНЕДЖЕРІВ КОНТРОЛІНГОВОЇ СЛУЖБИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У потоці інформації, яка постійно змінюється, вдале функціонування підприємства неможливе без налагодженої організації управління підприємством. Правильно впорядкована структура управління дозволяє результативно взаємодіяти із зовнішньою сферою, раціонально розподіляти зусилля своїх працівників, формувати інформацію про витрати та доцільно спрямовувати фінансові ресурси із високим ступенем ефективності.

Контролінг є актуальною концепцією інформації та управління, тому менеджерам потрібно працювати над формуванням такої організаційної структури, яка б ефективно виробляла альтернативні варіанти управлінських рішень, щоб оптимізувати прибуток [1]. Важливо менеджерам зосередити увагу на особливостях стратегічного розвитку підприємства, операційно виділити позитивні та негативні моменти в структурі управління та оцінити ступінь доцільності запровадження системи контролінгу на підприємстві.

На ринку праці існують професії бухгалтера, економісти та фінансисти, які вважають себе контролерами. Але сутність контролінгу займає значну частину інформаційно-аналітичної підтримки, яку потрібно виконувати спеціалістам, які володіють знаннями та вміннями у сфері професійної діяльності менеджера бізнес-процесів, бізнес-аналітика та бізнес-інформатика, використовуючи контролінг як інструмент управління.

Організація контролінгової служби на підприємстві повинна формуватися таким чином, щоб забезпечити оперативний рух інформаційних потоків від низових ланок (цехів) до головного контролінгового відділу корпорації. У цьому випадку виділення контролінгу як економічної служби та елемента управління підприємством буде закономірним та виправданим явищем. Функції управління відокремилися, а саме: система планування, система внутрішнього контролю, внутрішній аудит, що призводить до утворення контролінгової служби, яка в комплексі налагоджуватиме інформаційне співробітництво між відділами підприємства та своєчасно реагуватиме на чинники зовнішнього впливу на діяльність підприємства [2]. Так, на контролінгову службу покладаються завдання оперативного і стратегічного характеру. Очевидним є те, що завдяки знанням і вмінням фахівців контролінгової служби, відбувається покращення економічної роботи підприємства, попереджається банкрутство, здійснюється постійний аналіз витрат та беззбитковості, контроль плинності кадрів. Принципова відмінність служби контролінгу від інших фінансово-економічних служб полягає в тому, що вона здійснює на постійній основі. Тому оптимальним варіантом є організація служби контролінгу як окремого підрозділу.

Професіонал-контролер має бути фахівцем високого класу у сфері управління. Відповідно до контролера пред'являються такі вимоги:



1) володіння професійними здібностями та знаннями в галузі економіки та управління (наприклад, володіння методами та інструментами планування, здатність проводити комплексний економічний аналіз, уміння працювати з інформацією та ін.);

- 2) знання методів та техніки контролінгу;
- 3) володіння здібностями та інтересом до творчої діяльності;
- 4) володіння основами «організаційної поведінки»;
- 5) наявність мотивації до праці у сфері контролінгу.

Центральним джерелом внутрішньої інформації для контролінгу є система обліку для підприємства [3]. Тому необхідно знати стратегію розвитку підприємства, цілі, функції, методи й методики, зміст усіх видів обліку (управлінський, фінансовий, бухгалтерський, податковий). Для вирішення завдань контролінгу найбільш важливою є облікова інформація наступного змісту: витрати на виробництво продукції, обсяг виробництва, інвестиційна діяльність, фінансові показники. Основний масив інформації має бути представлений показниками, які можна змінити в результаті реалізації прийнятих управлінських рішень. Особливо ретельно необхідно відслідковувати показники, що дозволяють діагностувати ситуацію проблемних місць, і ті, що визначають можливості реалізації конкурентних переваг підприємства. У таблиці 1 показано, яким має бути, і що необхідно професіоналу-контролеру, щоб підтвердити свою компетентність у фінансово-економічних питаннях та вмінні прийняття рішення про коригувальні заходи.

Фахівець з контролінгу – це спеціаліст, який забезпечує систему інформаційно-аналітичної підтримки прийняття рішень при управлінні організацією, систему контролю ефективності. Він проводить статистику, управління ресурсами, звіти, документацію.

Знання та вміння менеджера з контролінгу передбачають (табл. 1).

Таблиця 1

Компетентності менеджера з контролінгу

Які потрібні знання менеджера з контролінгу?	Які застосовувати вміння менеджера з контролінгу?
Фінансовий аналіз та контроль у галузі структурних витрат компанії. Створення системи оперативної інформації	Вміння аналізувати числові індикатори: сума витрат та обсяг виробництва за видами продукції
Участь у процесі планування (короткострокове/довгострокове).	Застосовувати GAP-аналіз (аналіз стратегічних «люків») – інструмент довгострокового планування
Підвищення якості прогнозування та фінансової аналітики План/факт аналіз	Використовувати STEP-аналіз, що охоплює економічні, соціальні, технологічні аспекти діяльності організації
Підготовка звітів за різними кількісними та якісними критеріями своєї діяльності	Застосовувати метод розробки сценарію майбутнього, який є важливим при визначенні шляхів ліквідації стратегічного розриву
Контроль та оптимізація витрат у зоні своєї відповідальності	Застосовувати ABC-аналіз, який застосовується з метою оптимізації





Які потрібні знання менеджера з контролінгу?	Які застосовувати вміння менеджера з контролінгу?
Збільшення ступеня деталізації інформації про витрати	величини запасів, скорочення кількості переміщень складі, скорочення розкрань матеріальних цінностей та інших.
Рекомендації щодо ціноутворення. Складання фінансової звітності за фактом, робота з аудиторами	Використовувати маржинальний аналіз
Підготовка пропозицій щодо від оптимізації витрат та підвищення рентабельності, презентаційних матеріалів, аналітичних записок	Використати метод розрахунку сум покриття витрат

Специфіка контролінгу полягає в тому, що він інтегрує вже сформовані методи в комплексну систему, і тим самим, забезпечує нову якість аналітичної діяльності. Ця нова якість полягає у комплексності аналізу, у можливості перехресного контролю результатів, отриманих різними методами, та реалізації принципу взаємодоповнюваності різних методів. Саме в цьому виражається реалізація у сфері контролінгу засад системного підходу. Контролінг не обмежується використанням методів, що сформувалися у рамках менеджменту. Таким чином робота менеджера-контролера полягає у подачі інформації, яка має бути проаналізована, систематизована та інтерпретована. Саме в цьому полягає місія контролерів: в інформаційній та консультаційній підтримці менеджерів для того, щоб менеджери могли якісно виконувати свою роботу.

Список використаних джерел:

1. Давидович І. Є. Контролінг: навчальний посібник. К.: Центр учбової літератури, 2008. 552 с.
2. Контролінг : навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. / Г. О. Швиданенко, В. В. Лаврененко, Л. М. Приходько, О. М. Швидка ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана». К. : КНЕУ, 2013. 240.
3. Панков В.А., Єлецьких С.Я., Михайличенко Н.М. Контролінг і бюджетування фінансово-господарської діяльності підприємства: навч. посіб. К.: Центр учбової літератури, 2007. 112 с.



Kurylenko T., Bachelor's degree,
Educational and professional program Management,
Supervisor – **Zaika S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Biotechnological University

STAGES OF HUMAN CAPITAL FORMATION

Human capital and its components were defined by Adam Smith, but in the modern sense were proposed by T. Schultz and G. Becker in the second half of the last century. This concept means that each person has a set of knowledge, skills, and abilities that are his capital and that help a person in work and build their career. This is the required knowledge, which is important now, ie one that can be used as a competitive quality [2]. It follows that a person's education, ie obtaining a certain education, is an investment of time and money to further obtain income from the acquired knowledge. This interpretation is the basis of modern research on human capital.

The degree of importance of the study of human capital is due to its role in the socio-economic development of any territory or region. Assessment of human capital is necessary to determine the parameters of available human potential, identify ways to reproduce human capital, measure the necessary investment. To achieve the reproduction of human capital requires an analysis of its structure, one of the key components of which is the system of training [4].

The formation of human capital is associated with the passage of the four main stages. The first stage of this process corresponds to the problem of early identification of the potential of each individual in terms of forming the next individual professional career paths. In this case, of great importance will be such a direction of work with labor resources as career guidance, through which at an early stage of human development can determine its propensity to perform certain labor functions [3].

Career guidance has always been an integral part of the process of reproduction of human capital and its transformation, based on the characteristics and vector of socio-economic development.

The second stage should include the training of human resources in terms of human capital formation and its adaptation to current conditions of functioning and development of the external environment. A key role at this stage is played by training, which is associated with a modern system of professional training, which includes several structural elements of different nature and direction, which should include:

- normative and legal support of the process of professional training for various sectors of the national economy, including both educational standards of different levels and professional standards, the implementation of which involves strengthening the interaction between educational institutions, the state and business structures;



- bodies of a state power structure that implement educational policy at different levels of government;
- educational institutions of secondary vocational and higher education, directly involved in the formation and development of human capital;
- business sector, which forms specific professional competencies of human resources, including through the organization of some network intra-industry production and educational centers;
- direct consumers of services of the system of professional training [5].

At the third stage, the acquired knowledge and skills of professional quality are tested, including in the form of intermediate certifications in educational institutions based on the use of a point-rating system to assess the level of competencies, local certification procedures, the implementation of which is enshrined in internal regulations and regulations of enterprises, etc.

The final stage of this process is the final certification in educational institutions by the standards of higher education in a particular specialty, participation in professional competitions and contests, etc. [1].

Successful completion of all four stages of human capital formation allows not only to form the necessary set of competencies for professional activities but also to provide sufficient competitive advantages in today's labor market in terms of full employment and reducing unemployment among the economically active population.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Intellectual capital: essence and structural components // *Інтернаука. Серія: «Економічні науки»*. № 1 (45) / 2021. 1 том. С. 105-110. DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6805.

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Peculiarities of intellectual capital formation in higher education institutions // *Economic security: state, cluster, enterprise: International scientific conference (December 25-26, 2020. Lisbon, Portugal)*. Riga, Latvia: “Publishing House “Baltija Publishing”, 2020. P. 76-80. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-018-6-17>.

3. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Human capital as the factor in the formation of the knowledge economy // *Integration of business structures: competition and cooperation: V International scientific-practical conference (February 19-20, 2021. Tbilisi, Georgia)*. Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. P. 66-69. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-036-0-15>.

4. Zaika Svitlana, Gridin Oleksandr, Kuskova Svitlana. The concepts and the essence of intellectual capital. *Причорноморські економічні студії*. 2020. Вип. 52. С. 28-39.

5. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудові відносин: підручник. К.: Знання, 2004. - 535 с.



Kuskova S., Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management,
Business and Administration
State Biotechnological University

INTELLECTUAL POTENTIAL OF THE ENTERPRISE AS A FACTOR OF SOCIAL RESPONSIBILITY

The spread of social responsibility in the business environment is in line with global trends. The beginning of the emergence of strategic industries from the Depression, the desire to use innovative ways of development, government attempts to implement national projects confirm the relevance and need to understand the role of social responsibility, intellectual potential, knowledge, human resource management, knowledge management, education.

Social responsibility is a system that ensures the efficiency of social reproduction and the competitiveness of the national economy on an innovative basis. The basic element of modern management is man - the source and possessor of intellectual potential. An important role in the implementation of the concept of social responsibility belongs to the education system. Educational institutions are "leaders" of social responsibility among higher education seekers, including future managers, who later use the principles of social responsibility in their enterprises, aware of and taking into account the consequences of their activities.

The main reasons for the implementation of social responsibility in the process of intellectualization of social production are:

- the market system of management for the centuries-old history of its existence has gone from classical capitalism with its desire to maximize profits at all costs to a socially oriented economy. Today, profits are generated by the employee, who has alternative sources of income, and intellectual potential becomes the most important resource;
- The growing role of business responsibility in ensuring the sustainable competitive advantage of the national economy is due to the social orientation of the market economy. Scientific and technological progress and rapid updating of knowledge, which are the basis of information about new, more modern, and productive technologies, lead to the intellectualization of production and require increased public spending on training highly skilled labor. Business is forced to bear a significant part of these costs, as its development is directly dependent on the quality and innovative capabilities of intellectual potential;
- emergence of completely new forms of social and labor relations between employees and entrepreneurs: the bearer of intellectual potential, even working for hire, is no longer so much a performer as a business partner - often has a stake in it and participates in its management. Fundamentally different position of employees about the owners of material factors of production is the objective reason for the spread of social responsibility of business in a market economy;
- expanding and deepening market relations in the context of globalization of the world economy also forces the business to be socially responsible. Globalization



of markets, increasing the number of players in them and increasing competition has led to a steady increase in transaction costs, which can be minimized by creating formal institutions of coordination of interests between all major players in market relations: business, government, society. In these conditions, business is forced to take responsibility for many areas of society that are not directly related to its economic activities (ecology, social programs in education, health, health, culture, sports) [1-5].

The concept of intellectual potential is inseparable from the new economy. At the same time, its definition is quite general. The intellectual potential is often considered as the sum of knowledge of all employees of the enterprise, which ensures its competitiveness [3]. These are the knowledge, skills, and work experience of specific people, and intangible assets, including patents, databases, software, trademarks, etc., that are used productively to maximize profits and other economic and technical results. One way or another, the main function of intellectual potential is to obtain various technological and organizational advantages over competitors [1].

It is important to keep in mind that the efficiency and value of intellectual potential are self-growing only in the context of a particular enterprise development strategy and in another strategy the available intellectual resources may be of little use.

The most successful intellectual potential can be developed in line with targeted activities to create new products and organizational and structural measures to develop new niches in commodity markets. Development depends on the extent to which the company can organize research and development, to concentrate the necessary intellectual, material, and financial resources. Moreover, intellectual resource requires longevity and systematic structure. Occasional efforts such as "brainstorming" of invited specialists do not increase the intellectual potential of the enterprise. And uncreative and unskilled work of the own employees of the enterprise in principle is not capable to create or use intellectual potential [4].

The main carrier of intellectual potential is specially selected and trained personnel of the enterprise [3]. There are no material measures of the creative potential of the enterprise, the value of its intellectual resource by analogy with other resources necessary for the production of any product, such as fixed and current assets, money, labor, etc. It is difficult to find reliable ways to measure the collective knowledge of employees, their experience and intuition, intellectual property, information learned by them. However, they are, appropriately selected, organized, concentrated, and focused on a particular area of activity - together allow the company to create new products.

Many researchers of intellectual potential state weak possibilities of strictly formal and adequate description and measurement of intellectual resources. In particular, the processes of research and development, which are manifested in a high degree of uncertainty of their results, in the methodological problems of determining the standards of creative work and their reliability, in essence, creativity (increasingly displaces routine work in intellectual enterprises). All this not only complicates but



also calls into question the correctness of the problem of standardization of intellectual processes and creative activities. But in terms of market pricing, this property of the enterprise can be assessed or correlated with value categories [1].

Thus, the ability to use intellectual resources and create new solutions to meet human needs must be central to the knowledge-based economy. Human knowledge and capabilities have always been at the core of value creation. This has become more apparent in the information age, where the mental component of work is becoming more and more important. Traditionally, the analysis of individual and social production did not pay much attention to intellectual potential, considered more tangible assets, and the knowledge component in the chain of economic benefit was overshadowed by the tendency to define business as a predominantly material activity. However, the potential benefits of intellectual income-generating significant revenue have changed this approach over time.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S. Zaika. O. Intellectual capital: essence and structural components // *Інтернаука. Серія: «Економічні науки»* № 1 (45) / 2021. 1 том. С. 105-110. DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6805.

2. Галушка З., Грунтковський В. Соціальна відповідальність як чинник конкурентоспроможності українського бізнесу. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2011. Вип. 124–125. С. 43–46.

3. Заїка С.О., Грідін О.В. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2016. Вип. 177. С. 176-186.

4. Мазнєв Г.Є., Заїка С.О., Грідін О.В. Сутнісна характеристика інтелектуального капіталу. *Причорноморські економічні студії*. 2016. Вип. 10. С. 36-47.

5. Мацьків Р., Топольницька Т., Данилейчук Р. Соціальна відповідальність підприємств як фактор забезпечення конкурентоспроможності регіону. *Економіка та суспільство*. 2021 (26). <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-26-42>.





ФОРМУВАННЯ Й ВИКОРИСТАННЯ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

Людські ресурси в аграрній сфері є рушійною силою і головним фактором функціонування сільськогосподарських підприємств, формування трудових доходів сільського населення тощо. Актуальність дослідження процесів формування й використання людських ресурсів в аграрній сфері полягає в тому, що це має велике значення для розвитку більшості територіальних громад, у складі яких опинилися багато сільських населених пунктів, їх жителів, ведуть господарську діяльність різні види аграрних формувань.

В аграрній сфері України простежується збільшення пропозиції над попитом на робочу силу. Постає необхідність проведення аналізу й виявлення стратегічних напрямів і заходів ефективного використання людських ресурсів в аграрній сфері територіальних громад. Тому метою дослідження є обґрунтування теоретичних і концептуальних засад ефективного використання людських ресурсів в аграрній сфері України.

Людські ресурси є специфічним і найважливішим фактор економічного розвитку серед усіх інших ресурсів, що охоплюють сукупність людей із професійними навичками й знаннями і можуть використовуватись у трудовому процесі. Можна ширше дати визначення терміна: людські ресурси – сукупність людей із їхніми фізичними і розумовими здібностями та відповідним трудовим потенціалом (як фактор економічного розвитку).

Поява терміна «людські ресурси» пов'язана із розвитком теорії людського капіталу і запровадженням ціннісного підходу до людини як працівника, виявлення резервів ефективного функціонування компаній через менеджмент персоналу. На сьогодні поняття «людські ресурси» все більшою мірою вживається в наукових і освітянських колах. Воно є дещо ширшим порівняно з таким поняттям, як «трудова ресурси» (працездатна частина населення, яка, володіючи фізичними й інтелектуальними здібностями, здатна виробляти матеріальні блага, надавати послуги і виконувати роботу; кількість осіб обох статей у працездатному віці, які потенційно можуть брати участь у виробництві товарів, робіт та послуг).

У даному ракурсі питань розрізняють ще економічно активне населення – це особи віком 15-70 років, які забезпечують пропозицію робочої сили для виробництва товарів і послуг. Вони включають: зайнятих – це економічна діяльність громадян, пов'язана із задоволенням особистих та суспільних потреб і така, що, як правило, приносить їм дохід у грошовій або іншій формі; безробітних – громадяни працездатного віку, які через відсутність роботи не мають заробітку або інших, передбачених законодавством доходів, і зареєстровані в державній службі зайнятості як такі, що шукають роботу, готові та здатні приступити до підходящої роботи.



Поширеною практикою є виокремлення в менеджменті підприємства такого напрямку управлінської роботи, як управління людськими ресурсами (human resource management – HRM). У підприємствах у сучасних умовах розвитку все більшою мірою роблять акцент на капіталізації людських ресурсів через такі управлінські заходи, як набір персоналу, атестація кадрів, підвищення кваліфікації, формування соціального пакету, розвиток корпоративної культури та ін. Усе це направлено на досягнення мети організації, зокрема завдяки підвищенню продуктивності праці, її результативності, досягнення цілей організації тощо.

Отже, поняття «людські ресурси» пропонуємо вважати як сукупність працездатного населення, що характеризується демографічними, соціальними, інтелектуальними, фізичними та іншими характеристиками, бере участь у трудовій діяльності в підприємствах (організаціях, установах), на умовах самозайнятості тощо. Основними показниками, які характеризують ефективність використання людських ресурсів є дані про чисельність персоналу різних категорій і професій, його кваліфікацію й освітній рівень, про витрати робочого часу, кількість виробленої продукції чи виконаних робіт, а також дані про рух особового складу підприємства.

Соціально-трудова й економічна трансформації в аграрній сфері, що характеризуються зменшенням рівня зайнятості та кількості працівників у галузі, впливають на депопуляцію населення сільських територій. Постає проблема не тільки економічної, продовольчої, демографічної а й національної безпеки – заселеності сільських територій країни, особливо в прикордонних регіонах. Однією з головних проблем соціально-економічного розвитку країни є зменшення людських ресурсів у сільській місцевості.

Негативною тенденцією є зменшення реальної пропозиції робочої сили на ринку праці в сільській місцевості. Так, лише за 2016-2020 рр. чисельність економічно активного сільського населення зменшилася на 143,9 тис. осіб, або на 2,5 %, і становить 5504,8 тис. осіб. У 2020 р. відбулося різке підвищення рівня безробіття в сільській місцевості – до 10,3 %. Нині безробітних налічується вже майже 600 тис сільського населення, однією з причин збільшення є причина, пов'язана з пандемією COVID-19 (багато хто, у зв'язку зі скороченням робочих місць, втрачали роботу). Якщо проаналізувати у розрізі вікових груп, то збільшилася частка безробітних осіб середнього й старшого віку [1-3]. Тому одним із стратегічних напрямів поліпшення ситуації на ринку праці в сільській місцевості ми вбачаємо в активізації трудомістких напрямів агробізнесу й обґрунтуванні напрямів інвестиційної діяльності в аграрному секторі економіки задля залучення вільної робочої сили на селі в економічну діяльність.

Використання людських ресурсів у сільському господарстві має певні особливості, які пов'язані з умовами виробництва та технологією, рівнем технічного оснащення та економічною необхідністю ведення особистого селянського господарства. Однією з найважливіших особливостей є сезонний



характер використання людських ресурсів в аграрній сфері. У сільськогосподарських підприємствах періоди виробництва та робочий період не збігаються, тим самим спричиняючи нерівномірність та неповноту використання людських ресурсів. За допомогою раціонального поєднання галузей рослинництва, тваринництва та промислової переробки сільськогосподарської продукції, розвитком переробних промислових виробництв можна досягти зменшення сезонності використання персоналу сільськогосподарських підприємств.

Значний вплив сезонності й спеціалізації більшості сільськогосподарських підприємств на виробництві рослинницької продукції зумовили на показники вибуття, прийняття та плинності кадрів в аграрному секторі економіки. Через низький рівень оплати праці в сільськогосподарських підприємствах простежується велика плинність кадрів. Понад половину персоналу щороку звільняється і натомість дещо менше приймається на роботу. У цілому в економіці України останні роки ці показники становлять, відповідно, близько 30 % – вибуття та 25-30 % – прийняття працівників [1-2]. Поширеним явищем є праця в сільськогосподарських підприємствах протягом весняно-літньо-осіннього періодів та звільнення на період зими, коли в рослинництві немає роботи, за винятком підприємств закритого ґрунту. Таким чином, на кінець календарного року офіційно працюючих у галузі налічується щороку все менше й менше. Простежується тенденція до зменшення кількості штатних найманих працівників підприємств на кінець року: з 368,4 тис. осіб на кінець 2016 р. до 320,9 тис. осіб на кінець 2020 р.

Слід розробити низку практичних заходів розвитку ринку праці в територіальних громадах, спрямованих на активізацію формальної економічної діяльності в аграрних формуваннях. Задля створення робочих місць із прийнятним рівнем заробітної плати та формуванням статусної мотивації праці надалі варто акцент робити на активізацію інвестиційно-відтворювальних процесів, спрямованих на розвиток середньо- й малотоварні форми сільськогосподарського виробництва, зокрема у фермерські господарства. Крім того, територіальним громадам, що отримали вагомий земельний (більше 1,5 млн га) і фінансовий ресурс (200 млрд грн і більше) у 2014-2020 рр. внаслідок децентралізації влади й державних фінансів, реформи місцевого самоврядування, необхідно забезпечити інституційний розвиток локальних ринків праці через збільшення інвестицій у створення робочих місць в аграрному секторі економіки.

Список використаних джерел:

1. Статистичні збірники «Робоча сила України». Вебсторінка Держстату України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
2. Статистичні збірники «Праця України». Вебсторінка Держстату України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.
3. Статистичні збірники «Сільське господарство України». Вебсторінка Держстату України. URL: <http://ukrstat.gov.ua>.



КАДРОВЕ АДМІНІСТРУВАННЯ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Актуальність теми полягає в тому, що за сучасних умов господарювання важливим складовим елементом управління HR є кадрове адміністрування, тобто комплекс послуг, пов'язаних з веденням кадрової документації в організації відповідно до законодавства України.

Дослідженням питання кадрового адміністрування займалися такі вчені, як: В. М. Данюк, А.Н Діденко, В. І. Корбутяк, Л.П. Кулаковська, Ю. І. Палеха, З. О. Толчанова.

Перш за все, доцільно зазначити, що персонал організації – це сукупність постійних (штатних) кваліфікованих працівників, які отримали необхідну професійну підготовку або мають досвід практичної діяльності.

Для злагодженої та результативної роботи персоналу організації потрібно насамперед налагодити ефективну роботу кадрової сфери, адже ведення кадрового діловодства в організації являє собою трудомісткий і тривалий процес, при якому необхідно постійно враховувати нюанси Кодексу законів про працю України, трудового законодавства та нормативних актів, пов'язаних з кадровим обліком, і постійно відслідковувати законодавчі зміни. Крім цього, слід враховувати, що більшість кадрових документів в Україні оформляється на підставі типових форм, кожна з яких має затверджені правила оформлення.

Кадрове діловодство – це діяльність, яка охоплює питання документування та організації роботи з документами в процесі управлінської діяльності [1, с. 143].

Документ – матеріальний об'єкт, що містить у зафіксованому вигляді інформацію, оформлений у заведеному порядку і має у відповідності з чинним законодавством юридичну силу [1, с. 148].

Враховуючи вище зазначене, доцільно визначити складові частини діловодства. Сюди слід віднести систему документації, систему документування та організацію роботи з документами.

Система документації – це сукупність документів, взаємопов'язаних між собою таким чином, що являють собою єдине ціле із своїми специфічними рисами.

На сьогоднішній день, існує багато систем документації. Наприклад, система управлінських документів, яка має багато підсистем – функціональні, міжгалузеві та галузеві системи.

До функціональних систем належить планова, матеріально-технічна, звітно-статистична. До галузевих систем належать документи, які стосуються певної галузі в країні. До міжгалузевих – документи, що стосуються двох чи більше галузей [2, с. 34].

Система документування – це сукупність процесів і прийомів створення всієї документації в установах, на підприємствах, в організаціях, в ході



здійснення ними своїх функцій. Документування охоплює всі операції по складанню, погодженню, затвердженню, оформленню і виготовленню документів [2, с. 35].

Організація роботи з документами – це створення умов, що забезпечують рух, пошук і збереження документів в діловодстві. Сюди входить прийом, реєстрація, розподіл, контроль виконання, формування справ, довідково-пошукова робота, передархівна обробка, збереження і використання документів [2, с. 35].

Кадрове діловодство ведеться у таких напрямках [3, с. 96-98]:

- облік особового складу установи та її підрозділів;
- облік та реєстрація надходження документів, що стосуються особового складу, контроль за їх виконанням, насамперед виконання наказів та розпоряджень по кадрах;
- облік стану підготовки, перепідготовки кадрів та зарахування їх до резерву;
- організація документообігу для забезпечення оперативного і чіткого виконання та проходження документів і доручень керівництва стосовно всіх напрямів роботи з кадрами, додержання загальних та специфічних для кадрової роботи правил складання та виконання документів;
- підготовка звітів та необхідних довідок про переведення кадрів, розробка та виготовлення необхідних форм та бланків для цього;
- підготовка документів з кадрів для передачі в архів на зберігання;
- складання номенклатурних справ з кадрового діловодства, їх оформлення та ведення;
- механізація, автоматизація і комп'ютерна обробка даних з особового складу.

Встановлення єдиного порядку роботи з документами в установі та підвідомчої мережі, а також документаційне забезпечення діяльності на основі використання сучасної обчислювальної техніки, автоматизованої технології роботи з документами і скорочення кількості документів – все це відноситься до основних завдань служби діловодства.

Відповідно до цих завдань кадрове адміністрування [с. 4, 118-120]:

- організовує за дорученням керівництва підготовку проектів документів, забезпечує документаційне й організаційно-технічне обслуговування роботи колегіальних органів;
- організовує роботу з пропозиціями, заявами і скаргами громадян;
- розробляє інструкції з діловодства для установи та підвідомчої мережі, номенклатури та описи справ установи і типові номенклатури для підвідомчої мережі;
- здійснює уніфікацію систем документації і документів з урахуванням можливості їх машинної обробки, вживає заходів до скорочення кількості форм і видів документів;
- організовує друкарське виготовлення, копіювання і тиражування



документів;

- здійснює приймання, реєстрацію, облік, зберігання, оперативний пошук, доставку документів, інформування за документами;

- контролює якість підготовки і оформлення документів, їх своєчасне виконання в установі, вживає заходів до скорочення строків проходження і виконання документів, узагальнює і аналізує дані про хід і результати цієї роботи;

- удосконалює методи і форми роботи з документами в установі і підвідомчої мережі завдяки використанню організаційної техніки і засобів обчислювальної техніки;

- реалізує єдиний порядок відбору, обліку, збереження, якості обробки та використання документів, що утворюються у діяльності установи і підвідомчій мережі, для передачі на державне зберігання;

- організує підвищення кваліфікації працівників установи щодо роботи з документами;

- завіряє печаткою документи в усіх випадках, передбачених інструкцією щодо роботи з документами в установі;

- здійснює організаційно-методичне керівництво роботою з документами у підрозділах і підвідомчій мережі;

- впроваджує державні стандарти, уніфіковані системи документації та інші нормативи в установі та підвідомчої мережі.

Таким чином, враховуючи вище зазначене, можна дійти висновку, що функціонування однієї із складових елементів управління персоналом кадрового адміністрування залежить від системи документації, системи документування та організації роботи з документами. Саме тому, для організації потрібна ефективна та злагоджена їх взаємодія.

Список використаних джерел:

1. Палеха Ю. І. Кадрове діловодство: навч. посіб. К.: Ліра-К, 2014. 476 с.
2. Корбутяк В.І., Толчанова З.О. Діловодство: навч. посіб. Рівне : НУВГП, 2010. 122 с.
3. Данюк В.М., Кулаковська Л.П. Кадрове діловодство : навч. посіб. К.: Каравелла, 2006. 240 с.
4. Діденко А.Н. Сучасне діловодство : навч. посіб. К., 2005. 265 с.





Lukyanov R., Svetlova I., master-students

Educational Program Entrepreneurship, trade and exchange activities

Scientific director – **Sorokina S.**, Ph.D. tech. Sciences,

associate professor of the department of Trade, Hotel, Restaurant and Customs,

State Biotechnological University

FEATURES AND PROBLEMS OF MANAGEMENT OF OPTIMIZING THE EFFICIENCY OF ENTREPRENEURSHIP IN MODERN ECONOMIC REALITIES

Entrepreneurship is the driving force behind the economic development of society. It plays a special role in the national economy of any country, accelerating the movement of the economy through increased efficiency and constant renewal. The overall experience of all industrialized countries with market economies undeniably confirms that entrepreneurship is a necessary requirement for achieving economic growth.

Entrepreneurs not only have great ideas, but also the desire to realize them. Their innovative approach and diligence contribute to positive changes in the social sphere - the emergence of new products on the market, the creation of additional work places, and the improvement of people's well-being [1].

The economic potential of the country depends on the level of development of entrepreneurship, and at present Ukraine is three times behind the average indicators of developed countries. An analysis of the factors influencing the current economic situation in Ukraine shows that most types of economic activity that are subject to statistical systematization do not provide cost-effectiveness of production. This can be explained by a lot of factors such as [2]:

- technological,
- legislative,
- historical,
- psychological,
- informational.

The deterioration of the economic situation in the country, the lack of budgetary resources to support regional development caused the aggravation of the internal problems of each region and the disruption of interregional ties. To stabilize the Ukrainian economy, it is necessary to identify regions and industries that can become the basis for the restoration of economic growth. In addition, the ability of regional economic complexes to independently accumulate development resources will indicate the possibilities and expediency of further steps to increase the economic independence of the regions [3].

The strategic goal of the domestic economy is the formation of systemic competitiveness, which will ensure the appropriate positions of Ukrainian enterprises in the domestic and world markets. To achieve this goal, research have recently been carried out to identify the mechanisms for the formation of competitiveness, among which one of the leading places is the efficiency of enterprises, regions, and the country's economy in general. The success of the initiated decentralization reforms,



the expansion of powers and financial resources of the regions and ensuring their economic security depends, first of all, on the ability of the regions themselves to maintain stable economic dynamics even in the face of pressure from negative macroeconomic phenomena.

The implementation of the systemic competitiveness of strategic areas will contribute to the development of entrepreneurship in Ukraine at the European level, improve the business climate, strengthen the position of small businesses in the general structure of the domestic economy, modernize small businesses aimed at increasing their contribution to the socio-economic development of the country, increasing the efficiency of entrepreneurship, including an increase in its component in the volume of domestic industry and agricultural production, filling the income of the state and local budgets.

Consequently, the main goal of optimizing the efficiency of entrepreneurship is to reduce socio-economic inter-regional disparities, ensure all components of human development, strengthen the potential of cities and regions, create conditions for sustainable economic growth based on the effective functioning of the real sector of the economy. This is possible by attracting investments in all sectors of the economy, supporting and developing priority areas of activity, small businesses, developing cross-border cooperation and building a modern infrastructure

Thus, the formation of a market structure of the national economy implies an optimal combination of small, medium and large businesses. In general, they better meet the diverse needs of society, respond faster to market conditions and achieve scientific and technological progress, and provide backgrounds for economic growth. Entrepreneurship is one of the important factors of socio-economic progress and therefore society is interested in creating the necessary backgrounds for its development.

List of used literature:

1. Смелянська Т. П., Мацюк І. Р. Сучасні тенденції та перспективи розвитку підприємництва в Україні за умов інтеграційних процесів. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2015. №3(3). С. 249-252.

2. Муромець Н. Є., Мітяшкіна В. Д. Проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2016. № 4(1). С. 25-30.

3. Міца В. В. Стратегічні пріоритети державної системи підтримки підприємництва в регіоні (на прикладі Закарпатської області). *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*. VI(27). I.: 168. June 2018. P.19-22.



Makarenko D., Bachelor's degree,
Educational and professional program Management,
Supervisor – **Zalka S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Biotechnological University

CAREER MANAGEMENT IN CONDITIONS OF DIGITALIZATION

The development of digital society and the growth of innovative technologies in various fields and areas of activity have led to the urgent need to improve the management process at all stages of both operations and strategic transformations to increase the competitiveness of both individual enterprises and the national economy as a whole [1, 2].

The solution of the above-mentioned guidelines of the modern digital economy, which is based on the desire to optimize working conditions while increasing productivity and reducing unemployment, is closely linked to current trends and emerging trends in professional career management, which is a key determinant not only in terms of individual development but also contributes to the growth of economic activity only at the level of a particular commercial structure, region or country.

Much attention to the issues of career growth and career development from the point of view of a particular person is paid in the scientific literature, where a career is considered as a result of certain activities, to achieve which it is necessary to rationally combine their personal qualities and acquired professional skills. , knowledge and skills that form the achieved level of professional competencies necessary in turn for professional development [3].

Career management, from the organizational and psychological point of view, implies, on the one hand, that a person forms his individual career growth by capabilities and self-esteem. Thus self-assessment should be considered as objective (the result of self-assessment is based on the opinion of the external environment and specific results achieved in the professional sphere) and subjective (self-assessment involves the exclusive opinion of the individual about their professional, educational, managerial, etc. knowledge). skills and abilities). On the other hand, companies must create optimal conditions for the further development of their employees, which should address key image issues:

- increase the level of attractiveness and image of the company as a potential employer in the labor market;
- create favorable conditions for expanding the potential of organizational culture;
- reduce the level of stress in the employees of the enterprise [5].

Effective enterprise management involves the formation and development of professional careers of employees taking into account the changes taking place in society. These include:

- development of new digital technologies, information systems, and



managerial innovations, which create both additional incentives and opportunities for career growth and create new types of threats;

- changing the preferences and style of behavior of individual subjects of professional career management, which affects the strategy and tactics within the management process;

- a certain impact of globalization and transformation of economic systems in the context of increasing the level of corporate social responsibility, expanding partnerships between market participants, and increasing demands for the greening of production and economic processes [4].

Thus, professional career management in the context of digitalization should be understood as the process of influence of management entities of different levels on the formation and development of professional competencies aimed at adapting to changing environmental conditions and realizing the potential of the management entity. relationship with the general hierarchy of management in the labor market, taking into account the need to use innovative technologies, focus on current trends in economic systems, and achieve the required level of efficiency of decisions at each level of government.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends in the development of services in the conditions of digitalization of the economy // *Цифрова економіка як фактор економічного зростання держави: колективна монографія* / За заг. ред. О. Л. Гальцової. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 258-281.

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy // *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies: International scientific conference* (January 22-23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. P. 150-154. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31>.

3. Бей Г.В., Серета Г.В. Трансформація HR-технологій під впливом цифровізації бізнес-процесів. *Економіка і організація управління*. 2019. № 2 (34). С.93-101. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eiou_2019_2_12.

4. Данилевич Н., Рудакова С., Щетініна Л., Касяненко Я. Діджиталізація HR-процесів у сучасних реаліях // *Галицький економічний вісник*. 2020. № 3 (64). С. 147-156. URL: <http://elartu.tntu.edu.ua/handle/lib/32485>.

5. Жуковська В.М. Цифрові технології в управлінні персоналом: сутність, тенденції, розвиток. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. № 2. С. 13-17.



ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Будь-яке сучасне підприємство – складна система, що включає основні фонди, сировину, матеріали, фінансові та трудові ресурси. Ці складові виробничої системи повинні використовуватися з максимальною ефективністю та забезпечувати ефективне функціонування апарату управління. Вивчення та вдосконалення системи управління, як у рамках окремої організації, держави та суспільства в цілому, сприяє якнайшвидшому досягненню поставлених цілей та завдань.

У праці «Загальне та промислове управління», Анрі Файоль зазначає, що: «Керувати означає передбачати, організовувати, розпоряджатися, координувати і контролювати; передбачати, тобто враховувати майбутнє та виробляти програму дії; організовувати, тобто будувати подвійний матеріальний та соціальний організм підприємства; розпоряджатися, тобто змушувати персонал належно працювати; координувати, тобто пов'язувати, об'єднувати, гармонізувати всі дії та всі зусилля; контролювати, тобто дбати про те, щоб все відбувалося згідно з встановленими правилами та відданими розпорядженнями».

Ф. Тейлор вперше відокремив процес планування праці від самої праці, виділивши таким чином одну з основних управлінських функцій. Основні положення системи наукового управління за Тейлором він відобразив у своїй праці «Принципи наукового управління»: створення наукового фундаменту, що замінює собою традиційні, практично сформовані методи роботи; відбір та навчання співробітників на основі наукових критеріїв; взаємодія між адміністрацією та виконавцями з метою практичного впровадження науково розробленої системи організації праці; рівномірний розподіл праці та відповідальності між адміністрацією та виконавцями [1, с. 103-104].

Також управління підприємством можна розглядати, спираючись на принципи продуктивності праці, що відносяться до ланки управління організацією, сформульовані Г. Емірсоном: чітко поставлені цілі; здоровий глузд; компетентна консультація; дисципліна; справедливе ставлення до персоналу; швидкий, надійний, повний, точний, постійний облік; нормування операцій; ефективне планування; нормалізація умов праці; стандартні письмові інструкції; винагорода за продуктивність.

Виходячи з цих принципів та визначень можна формулювати завдання, які мають бути вирішені системою управління підприємством.

Як стверджує І.Галушка, ефективність функціонування будь-якого економічного об'єкта внаслідок зростаючої складності, комплексності та посилення взаємозв'язків все більшою мірою залежить від якості системи управління [2, с. 415].



Підвищення якості системи управління підприємства може бути досягнуто при проведенні дослідження всіх сторін діяльності, включаючи дослідження, як керованої системи, так і підсистем, що керують, а саме: дослідження та розгляд сильних і та слабких сторін підприємства, процесу виробництва та збуту, фінансового стану, персоналу та маркетингу.

Як приклад оцінки ефективності управління може бути показник рівня прибутку – визначати можна за тенденцією збільшення або зниження цього показника. Тобто, якщо оцінити відповідність результатів діяльності фірми діям менеджменту, то отриманий показник буде критерієм економічної ефективності управління. Ще одним економічним критерієм ефективності, підпорядкованим критерію прибутковості, є продуктивність, яка характеризується показниками індивідуальної та групової продуктивності праці, обсягом продукції, якістю продукції. Також відносяться показники використання матеріальних ресурсів (показники збалансованості товарно-матеріальних запасів, поточні прямі та накладні витрати та ін.), людських ресурсів (витрати на наймання робочої сили, на підготовку та підвищення кваліфікації, показники організації праці), впровадження нововведень (наявність відповідних потужностей, виробничі резерви) [4, с. 141–144].

Ефективність управління може бути виражена та оцінена не тільки за кінцевими економічними результатами роботи всієї фірми, але й за такими параметрами, як швидкість прийняття рішення та здійснення конкретних кроків, віддача від здійснення рішення, що вимірюється у вартісних показниках. Ефективність системи внутрішньофірмового управління визначається у разі як економічний ефект від прийняття управлінських рішень [3].

Виходячи з вищевикладеного, можна дійти висновку, що система управління підприємством є невід'ємним елементом функціонування підприємства. Без якісної системи управління неможливо досягти поставленої мети. Основу для побудови ефективної системи управління становить робота кадрової служби, яка має забезпечити підприємство кваліфікованими працівниками. Система керівництва потребує кваліфікованих фахівців, які мають великі, сучасні знання, здатні застосувати ці знання в роботі.

Список використаних джерел:

1. Економіка підприємства: підручник / за заг. ред. С. Ф. Покропивного. Вид. 2-ге, перероб. та доп. К.: КНЕУ, 2005.
2. Кулініч І. О. Психологія управління: підручник. К.: Знання, 2011.
3. Селезньова Г. О., Іпполітова І. Я. Ефективність системи управління підприємством. *Інфраструктура ринку*. 2020. №38. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/2020> (дата звернення: 04.02.2022).
4. Христенко Л. М. Вплив чинників внутрішнього середовища на ефективність управління підприємством. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2009. № 4. Т. 2. С. 141-144. URL: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2009_4_2/pdf/141-144.pdf (дата звернення 04.02.2022)





Мацука В.М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри загального менеджменту
Сорока Ю.Є., здобувач вищої освіти СВО магістр,
ОПП Менеджмент організацій і адміністрування
Маріупольський державний університет

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРИЙНЯТТЯ Й ОЦІНКИ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Становлення України як суверенної держави залежить від багатьох чинників серед яких одним із головних є рівень забезпеченості якості менеджменту підприємства. Незважаючи на те, що багато проблем на підприємстві пов'язані з відсутністю або недостатністю власних коштів і фінансування, то частину з них можна вирішити без додаткових фінансових можливостей. Це ті проблеми, які зводяться до неефективного управління.

Підприємство – це складна самостійна система, ефективність якої залежить в основному від людського чинника, інтелектуального потенціалу та здібностей керівників і спеціалістів.

Керівник, як особа, що приймає рішення, несе повну відповідальність за якість прийнятих рішень перед організацією [3]. Суб'єктивізм цілей та обраних альтернатив приводить далеко не завжди до найкращих результатів [4, с.75]. Тому питання оцінки прийняття рішень стає надзвичайно актуальним.

Ефективність управлінської праці являє собою соціально-економічну категорію, що характеризує рівень результативності управлінської діяльності щодо реалізації мети управління. При оцінці ефективності управлінської праці визначають окрім економічного ще й соціальний ефект, який проявляється в якісному аспекті діяльності та в управлінні економічного ефекту.

Тому, одним з головних завдань дослідження процесу управління є визначення критерій успішності та ефективності управління.

Ефективність управління визначається за рахунок інших критеріїв, серед яких найчастіше використовуваним є ступінь того, наскільки успішно керівник виконує поставлені завдання підприємства. Також це можуть бути результати роботи людини, яка за певний період досягла відповідного рівня в ієрархії управління чи відповідного рівня заробітної плати. Також враховуються суб'єктивні критерії визначення успішного управління: оцінка роботи керівництвом підприємства, співробітниками чи колегами, при цьому особливу роль відіграє критерій задоволеності або тісний зв'язок робітників організації з поставленими завданнями [1].

Зазначені вище критерії здебільшого являють собою якісні показники, але на сучасному етапі управління не менша уваги повинна приділятися і кількісним критеріям оцінки ефективності управління. При цьому до кількісної оцінки можна висунути такі вимоги, як: правильність, точність, придатність, повнота, надійність, контрольованість та ефективність.

Специфіка проведення оцінки ефективності системи управління зумовлена особливостями управлінської праці. Тому що праця в системі управління є розумово-інформаційною діяльністю, яка не створює



безпосередньо матеріально-речових цінностей. Однак, оскільки управлінська праця є продуктивним видом діяльності, при її оцінці потрібно зіставити показники виробничої діяльності підприємства з показниками керуючої підсистеми.

Тому виходячи з цього можна зробити висновок, що кількісна оцінка ефективності управління базується на використанні системи економічних показників, які відображають результати господарської діяльності, а також рівень витрат на управління у співвідношенні із загальними витратами виробництва.

Слід зазначити, що при аналізі структури управління корисно додатково використовувати показники, які характеризують якісний рівень організації управлінської діяльності (коефіцієнт керування, якості виконання функцій, стабільність кадрів, кваліфікація персоналу, умов праці та ін.).

До якісних показників ефективності управлінської праці ще відносяться: обґрунтованість рішень, які приймаються робітниками апарату управління; науково-технічний рівень управління; достовірність і повнота інформації, якою володіють менеджери; рівень культури управління (стиль керівництва та кількість конфліктних ситуацій); рівень культури праці робітників апарату управління (використання робочого часу режим дня).

Оцінка ефективності управлінської діяльності менеджера підприємства, як правило включає чотири групи показників: загальні результативні, продуктивність управлінської праці, економічність апарату управління та організованість управління [2].

Отже, будь-яка розробка рішення базується на альтернативах вибору, ефективність яких залежить від осіб, що приймають рішення. Визначити, яке з можливих рішень буде найбільш правильним, ефективним у тім чи іншому випадку, часом, буває нелегко. Недосконалість наявного інструментарію змушує осіб, що приймають рішення шукати цілий ряд чи критеріїв категорій. Звідси випливає, що керівник, ставлячи завдання і вирішуючи його разом з підлеглими, знаходиться в складному становищі, що, як правило, збільшується невизначеністю і ризиком. В зв'язку з цим актуальним стає глибоке дослідження методів і прийомів як теоретичного так і прикладного характеру, що сприяють успішній розробці і прийняттю економічно обґрунтованих і аргументованих управлінських рішень.

Список використаних джерел:

1. Ланько М. В. Прийняття управлінських рішень на підприємстві. *Управління розвитком*. 2013. № 2(142). С. 16–17.
2. Лепейко Т. І., Миронова О.М. Менеджмент: навч.посіб. Х.: ХНЕУ, 2010. 204 с.
3. Маркіна І.А. Менеджмент організацій: навч.посіб. К.: ЦУЛ, 2013. 234 с.
4. Овдіюк О.М., Левківська Л.М. Методологічні основи управлінських рішень як інструмент ефективного управління підприємствами. *Економіка АПК*. 2020. № 1 С. 75. URL: <https://doi.org/10.32317/2221-1055.202001075>)



Мельникова Д. Д., здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
Менеджмент і адміністрування: операційний менеджмент
Науковий керівник - **Джур О. Є.**, к.т.н., доцент кафедри маркетингу та
міжнародного менеджменту,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ВПРОВАДЖЕННЯ МАТРИЧНОЇ СТРУКТУРИ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Матрична організація - це структура, в якій існує більше однієї лінії менеджерів звітності. Фактично це означає, що у працівників організації є не один начальник!

Структура організації матриць є складною, але допомагає досягти кінцевої мети, тобто досягнення більш високої продуктивності. Вона має різні переваги. Цей тип структури використовується в організаціях, що мають різноманітні асортименти та послуги. Це руйнує монотонність і надає більшій гнучкості організації. Співробітники співпрацюють з колегами з різних відділів, які мають досвід у різних функціях.

Коли різні люди з різних відділів працюють разом, це допомагає вирішити проблеми більш ефективно. Це призводить до загального розвитку співробітників, оскільки кожен з них піддається різним функціям, крім основної роботи. Тут працівникам призначається робота або проект поза їхнім відділом на відносно тимчасовий період. Ці команди складаються з людей з різними знаннями, які об'єдналися та створили команду для досягнення певної мети.

Однак є й деякі проблеми. У матричній структурі організації може виникнути неоднозначність, якщо ви (співробітники) не впевнені, перед яким менеджером звітувати. Це також означає, що працівники можуть розгубитися щодо своєї ролі та відповідальності.

Окрім цього, в матричній організаційній структурі організації стає порівняно важко оцінити ефективність роботи працівника за певним проектом. Матрична структура виявляється для організації трохи дорожчою, ніж традиційна, оскільки в ній працює більше менеджерів. [1]

Проаналізувавши практику підприємств зарубіжних країн, було зроблено висновок, що використання проектних і матричних структур доцільно при наступних умовах:

- Коли проект повинен бути унікальним; робота над ним не повинна носити рутинний характер.
- Коли наявна часта зміна асортименту або технології.
- Робота над проектом повинна тривати обмежений час. Як тільки починається серійне виробництво виробу, подальша робота щодо його вдосконалення ведеться в звичайних функціональних відділах.
- Коли проблема розв'язується загальними зусиллями членів групи.

Хоча цей гнучкий стиль структури команди має багато потенційних переваг, є деякі обставини, коли він не є ідеальним. До них належать:



- Проект, який передбачається довгостроковим. Спеціальна команда з постійним завданням може бути оптимальною.[2]

Таким чином, підставами для використання матричної організаційної структури в управлінні проектами можуть бути такі умови та ситуації:

- Коли мова йде про ситуації керування великими та складними проектами в організації, які мають чітко визначені терміни виконання;

- Коли є мета отримати кращу віддачу від інвестицій за рахунок організаційних ресурсів, таких як працівники, обладнання та інші ресурси, використовуючи їх у декількох проектах;

- За бажання швидше досягати організаційних цілей, розгортаючи співробітників та ресурси гнучко та спритно, як і коли це потрібно. [3; 4]

Матрична організаційна структура управління, використовується такими компаніями як: Spotify, Netflix, Google, Xiaomi, Nike, Phillips та іншими.

Крім того, проаналізувавши сучасну картину розповсюдження матричної структури управління також було зроблено висновок, який свідчить, що на відміну від американських, європейських та китайських компаній, в Україні матрична структура управління залишається непоширеною.

Список використаних джерел:

1. Definition of 'Matrix Organization. URL: <https://economictimes.indiatimes.com/definition/matrix-organization>.

2. Виклики та переваги управління матрицями на робочому місці. 2019. URL: <https://www.thebalancecareers.com/matrix-management-2276122>.

3. Типи організаційних структур. URL: https://pidru4niki.com/15660212/ekonomika/regionalniy_tip_organizatsiynoi_strukturi_upravlinnya_pidpriyemstvom.

4. A Guide to Matrix Organizational Structures. 2021. URL: <https://www.wrike.com/blog/matrix-organizational-structures-guide/>.





Мирошник К.М., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

ОСНОВНІ ПРИЧИНИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Важливість розвитку, підвищення кваліфікації та мотивація працівників, управління персоналом, загалом, та кадрова політика фірми є настільки важливими, що не завжди підприємства вирішують їх самостійно. Інколи вони вимушені звертатися до кадрових агентств чи консалтингових фірм, значна частина опитаних менеджерів вважають корисними послуги консультантів, але лише незначна кількість з них постійно використовують поради і послуги консультантів, звертаючи увагу на репутацію фірми, рівень якості послуг, гарантію результатів [2].

Основними причинами необхідності розвитку, зокрема підвищення кваліфікації персоналу, є [3]:

– інтернаціоналізація вимог та стандартів до персоналу, глобалізаційні та інтеграційні чинники діяльності фірм, зумовлені інтеграцією економіки України у світові економічні процеси;

– відсутність чіткої ефективної системи інформаційного забезпечення щодо правового, законодавчого та економічного регулювання питань у сфері використання праці;

– необхідність постійного підвищення ефективності діяльності підприємств в умовах жорсткої конкуренції, ускладнення різноманітних управлінських процесів, точнішого врахування потреб ринку;

– прагнення власників та управлінців підвищити імідж та конкурентоспроможність підприємства, рівень виконання соціально-економічних завдань;

– збільшення навантаження на менеджерів, необхідність враховувати кризові явища в економіці та власному підприємстві; використовувати сучасний рівень знань;

– необхідність навчання персоналу новим управлінським, інформаційним та комунікаційним технологіям;

– необхідність впровадження інновацій у діяльність підприємства на основі нетрадиційного, нестереотипного мислення.

Здійснення процесів ефективного використання ресурсів на підприємстві вимагає впливу та участі здібних і навіть талановитих менеджерів на початковому етапі, який вимагає подолання закономірного опору змінам, окремим бар'єрам психологічного несприйняття у сфері впровадження нових проектів та нетрадиційних для працівників заходів.

Незважаючи на важливі аспекти впливу високої кваліфікації та розвитку персоналу на конкурентоспроможність та інноваційність організацій,



твердження, що кадри вирішують усе, найвірогідніше потрібно вважати дещо перебільшеним. Значимість кадрової політики не можна переоцінювати, але для її здійснення підприємство повинно мати достатньо коштів для залучення високопрофесійних кадрів [1].

Отже для того, щоб створити дієву систему управління персоналом на підприємстві, розробити власну досконалу філософію управління, слід враховувати досвід світових підприємств. Система мотивації персоналу має будуватися на всебічному вивченні потреб підприємства. Мотивування працівників повинне здійснюватися для забезпечення активності та спрямованості дій співробітників.

Список використаних джерел:

1. Базалійська Н. П. Управління розвитком персоналу як функціональна підсистема системи управління персоналом. *Молодий вчений*. 2014. № 6(1). С. 73-75.
2. Колот А. М. Мотивація персоналу. Київ: КНЕУ, 2002. 337 с.
3. Петюх В. М. Управління персоналом: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисц. Київ: КНЕУ, 2000. 124 с.





Михайлова А.Б., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Волкова Н.В.**, к.е.н.,
доцент кафедри підприємництва і права, доцент
Полтавський державний аграрний університет

КАТЕГОРІЯ ПЕРСОНАЛ ПРИ МЕНЕДЖМЕНТІ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Категорію персонал при менеджменті господарської діяльності також доцільно розглядати виходячи з чотирьох блоків (рис. 1).

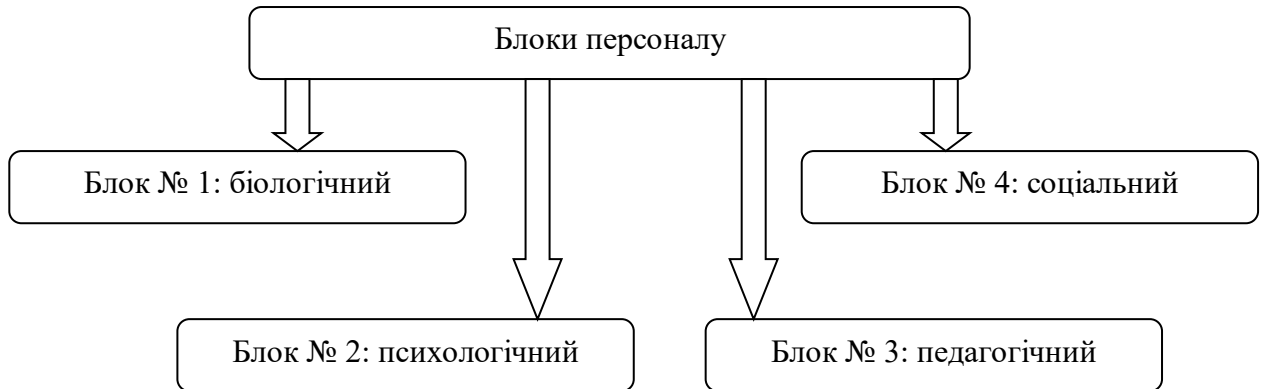


Рис. 1. Основні блоки персоналу [2]

Блок № 1: охоплює характеристики особистості, зумовлені її біологічними особливостями (вік, стать, тип нервової системи, фізичне здоров'я, темперамент).

Блок № 2: характеристики обумовлені психічними процесами, що лежать у ядрі психічного розвитку людини, пізнавальних здібностей (відчуття, представлення, сприйняття, увага, уява, мислення, емоції, мова).

Блок № 3: поєднує життєвий досвід людини, а саме загальні, професійні та соціальні характеристики.

Блок № 4: мотиваційна сфера особистості, функціонування систем потреб, життєвих цінностей, відносин, мотивів, моральних норм.

Здійснення ефективного використання персоналу на підприємствах вимагає впливу та участі здібних, талановитих менеджерів на початковому етапі, який вимагає вирішення закономірного опору змінам, деяким бар'ерам психологічного несприйняття при впровадженні нових проектів і нетрадиційних для працівників заходів у сфері управління.

Відтак, ефективність управління персоналом слід розуміти як рівень якості, корисності управління людськими ресурсами та здатність функціонування троїстого ефекту у вигляді економічної вигоди для підприємства, удосконалення організації виробництва і соціальної вигоди для співробітників [1].

Працівник приходить у підприємство з набором особистих цінностей, певним ставленням до соціальних явищ маючи власну позицію, яка формується



під впливом природних факторів: особливостей вищої нервової діяльності, фізіологічного стану організму, пам'яті, почуттів, емоцій, сприйняття, а також соціальних властивостей: ролі, освіти, статусу, досвіду, кола спілкування, звичок. Гарне знання та розуміння керівництвом цих чинників сприяє успішному управлінню підлеглими, прогнозуванню поведінки та цілеспрямованому впливу на неї [3].

Отже, вплив персоналу на діяльність підприємства безперечна. Від забезпеченості потрібної кількості працівників необхідного рівня кваліфікації і досвіду, залежить рівень продуктивного функціонування підприємства. Зокрема, збільшення ефективності менеджменту персоналу позитивно впливає на результативність використання устаткування, обладнання, механізмів, машин, своєчасність виконання робіт, та як результат – максимальний обсяг виробництва продукції, мінімізація її собівартості, рентабельність та прибуток.

Список використаних джерел

1. Даниленко О. А. Методичні підходи до оцінювання ефективності управління персоналом організації. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 6. С. 89–94.
2. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу. К.: КНЕУ, 2002. 351 с.
3. Шегда А. В. Менеджмент. К.: Знання, 2002. 583 с.



Nikonenko O., Kolosov A., Bachelor's degree,
Educational and professional program Public administration and administration,
Supervisor – **Zaika S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Blotechnological University

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: STYLE AND LEADERSHIP

The emergence of global corporate social responsibility management practice has led to the two most common models of corporate behavior:

- Businesses must be responsible to society;
- only socially responsible business - a successful business.

The problems of reconciling corporate interests for domestic enterprises are due to at least two reasons. First, many enterprises formed as a result of privatization of state property do not have normal relations between shareholders and hired managers, do not provide effective management of share capital, and do not achieve a balance of interests between owners and employees. These are problems of internal corporate relations. Secondly, integration processes take place not only based on cooperation between enterprises but also on property relations, when holdings, financial-industrial groups, and other types of associations of enterprises are formed. This reason is related to intercorporate relations. The regulation of these relations is carried out on a legal basis [5].

The democratic style, legitimacy of power relations, compliance of the quality of activity with the levels of international standards are predominant in the successful activity of social responsibility of business [2].

Characteristic in the choice of style and means of management is taking into account the time and features of the regions according to the degree of social tension, the situation in industries and specific enterprises, the position of different social groups, and prerequisites for economic development.

Estimates of corporate social responsibility show that the most common problem in the relationship between employees and employers is delays in wages. Ways to solve this problem are different depending on the level of its occurrence: the employer - a particular employee, the employee - a micro-team, the employer - the labor collective as a whole, the collective action together with the labor collectives of other enterprises. In the first two cases, the main ways to solve the problem are negotiations between the employee and the employer. In the latter two, the main actors are the employer and the trade union. Forms of solving the problem in the latter case can be both internal (through a trade union, labor dispute commissions, etc.) and external to the enterprise (corporation) - the courts and others [5].

Other major and problematic areas of cooperation include health prevention, environmental improvement, drug addiction, low levels of culture and education, family preservation, criminogenic, corruption, alcoholism, unemployment, child homelessness, and others.

Negative features of social responsibility in Ukraine are:



- spreading feelings of dissatisfaction with the current situation in a vital sphere of public life;

- loss of trust in power, reduction of authority, the emergence of a sense of danger in society, pessimistic assessments of the future.

The choice of behavior is made depending on many conditions of social responsibility as an activity. The process of forming relations of social responsibility in each of the areas has a common structure:

- analysis of situations of social tension;
- definition of the purposes of development of relations and style of behavior;
- choice of priorities in the areas of social responsibility;
- determination of criteria for selection and evaluation of the effectiveness of areas of social responsibility, taking into account the style of behavior;
- development of the concept and plans of realization of the purpose;
- implementation of external contacts [3, 5].

The process of forming relations in the activities of social responsibility is a productive activity. Its results are reflected in the forms of the project of actions, presentations, executive documents of procedures of establishment or liquidation, construction projects, agreements on joint activity, etc.

Style and leadership are interrelated categories of management [4]. The style of behavior in the enterprise largely determines its position in the positioning as a leader of social responsibility, and leadership positions determine the style of behavior. Low motivation for leadership is accompanied by the styles of "brotherhood", "indulgence", "negligence and irresponsibility", "open doors". High motivation for leadership is accompanied by styles of "mutual trust", "self-esteem", "mutual demanding" and "businesslike", "saving time", "interchangeability", "high competence", "mutual benefit".

It is believed that corporations - leaders of social responsibility meet the expectations of society and are guided by the principles of social responsibility in making business decisions. With the complication of the conditions of production activities of corporations, their role and activity of participation in the areas of social responsibility are growing.

Leadership in management theory is an objective category that reflects the heterogeneity of enterprises and the degree of their development. The variety of properties and individual characteristics of the state of enterprises leads to the fact that the parameters of the state of many enterprises in any activity become different. The variance of parameter values can be significant, as well as the composition of the operational elements of the activity. The group of enterprises that have the highest levels in the assessment of homogeneous activities becomes the leader, and the most prosperous - the leader [5].

The conscious desire for leadership is transformed into a managed activity in which elements of management are formed - goals, process, technology, criteria, measures, functions [1]. The development of social responsibility as a type of managed activity in corporate-type structures, as well as other activities, is



characterized by the phenomena of leadership, which is supported by management and introduced into the targeted interaction of participants in this activity. Since the relationship of social responsibility is diverse, and opportunities and interests are individual, the evaluation of its results can not be fully comparable. In such cases, they resort to obtaining grades in the form of provisions in the rankings or places in public competitions.

As for individuals in social responsibility leadership, a distinction is made between formal leadership due to organizational status and informal leadership due to public recognition of the superiority of the leader enterprise.

Signs of informal leadership in social responsibility are the trust of enterprises to coordinate and plan the behavior of the enterprise group, policy development of the group, implementation of expert functions, representation of the corporation in the environment and acting as an arbitrator in conflict situations, protection of legal, property and social interests. Therefore, the main problems of the leader in social responsibility are the formation and development of its economic potential, including intellectual, innovative, and investment components, the formation of the image of the enterprise and corporation as a whole, the formation of corporate style with the socio-economic environment [3].

The experience of corporate interaction in the development of social responsibility is diverse and unique, as well as any other activity of socio-economic systems, so the definition of leaders of social responsibility is associated with the search for comparable features and relevant results of their activities. Integrative measures of activity in the direction of social responsibility are the amounts of total costs, differentiated by the type of activity, and estimates of its diversity by key factors.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. (2021). Essence and structural components of intellectual capital // *Інтернаука. Серія: «Економічні науки»*. № 1 (45). 2021 1 том. С. 105-110. DOI: 10.25313/2520-2294-2021-1-6805.

2. Ковальчук О., Салюк М. (2015). Дослідження лідерства та соціальної відповідальності в українських бізнес-організаціях: регресійний аналіз. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія психологія*. Вип. 21. С. 52-61.

3. Колот А.М. Створення власного бізнесу: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2017. 311 с.

4. Мазнєв Г.Є., Заїка С.О., Грідін О.В. (2016). Антикризове управління як сфера бізнес-адміністрування. *Науковий вісник УжНУ. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. Вип. 10. С. 25-32.

5. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут». 2015. 180 с.





магістрант ОП «Адміністративний менеджмент»,
Науковий керівник – **Соколов М.О.**, д.е.н, професор
кафедри публічного управління та адміністрування
Сумський національний аграрний університет

СУТНІСТЬ КОМУНІКАТИВНОЇ СФЕРИ ЯК ПРІОРИТЕТУ РОЗВИТКУ МЕДИЧНИХ ЗАКЛАДІВ

Головною метою розвитку українського суспільства є побудова суверенної та незалежної, демократичної, соціальної та правової держави. Соціальна комунікація стає одним із найважливіших засобів розбудови громадянського суспільства, а система відносин між владою та засобами масової інформації може свідчити про рівень демократизації суспільства та його готовності до набуття та збереження громадянських свобод. Тому ми підтримуємо головну ідею Т. В. Сивак про те, що на сучасному етапі розвитку інформаційно-комунікаційної сфери пріоритетом державної політики має бути розвиток ефективної та дієвої системи стратегічної комунікації. Це твердження ґрунтується на тому, що ефективна система стратегічної комунікації сприяє вирішенню низки проблем управління, таких як неефективність публічної інформаційної політики, недосконалість законодавства, що регулює суспільні відносини в інформаційній сфері, недостатня медіакультура та інформаційна грамотність. Все це, на думку Т. В. Сивак, становить загрозу національним інтересам та національній безпеці України в інформаційно-комунікаційній сфері [1].

Говорячи про модель державної системи стратегічної комунікації, дослідниця А. Фролова подає її на двох рівнях [2]. За її словами, стратегічний рівень комунікації базується на міжвідомчій координації вищих управлінських підрозділів. На цьому ж рівні дослідниця включає сферу кризової комунікації. На її думку, оперативний рівень стратегічної комунікації включає державну комунікацію. З точки зору державного управління оперативного рівня, стратегічна комунікація відбувається в таких сферах, як зв'язки з громадськістю, публічна дипломатія та спеціальні інформаційні операції. Схожого підходу дотримується дослідник М. Шклярчук [3], який наголошує, що складовими системи стратегічної комунікації на оперативному рівні є публічна дипломатія, зв'язки з громадськістю та інформаційні (комунікаційні) операції. Він наголошує, що запровадження та застосування механізмів стратегічної комунікації в державному управлінні є ключовою умовою існування та розвитку демократичної держави. Дослідник А. Босак [4] розглядає комунікацію з точки зору системи, підкреслюючи, що комунікаційна система є специфічним суб'єктом управління. Її особливість полягає в тому, що в одних процесах комунікаційна система діє як елемент підсистеми управління, а в інших як частина керованої підсистеми організацій, що діють на будь-якому рівні управління.

На його думку, з якою можна погодитися, поняття «комунікаційна





система» набагато ширше, ніж «інформаційна система». Це можна пояснити тим, що структурним елементом комунікаційної системи є насамперед соціальний компонент із системної точки зору. Крім інших компонентів системи (інформаційної, технічної та управлінської) саме соціальна складова суттєво впливає на ефективність інформаційного обміну як всередині системи управління, так і із зовнішнім середовищем. Таким чином, із зовнішнього середовища надходить інформація про поточний стан ринку праці, можливості мотивації та стимулювання, можливості навчання тощо. Проте зворотний потік інформації набагато вужчий, оскільки суб'єкт не охоче надсилає будь-яку інформацію про свої внутрішні процеси чи технології управління. На думку вітчизняних та зарубіжних дослідників, серед базових моделей загальносоціальної комунікації, які активно впливають на розвиток соціальної складової комунікаційної системи окремих організацій, підприємств, можна виділити соціальну, семіотичну, психологічну, психотерапевтичну, адвокаційну, іміджеву та інтернет-моделі. На думку О. О. Белякова, комунікація займає важливе місце в процесах державотворення, і особливо у формуванні екологічної політики. Ми вважаємо, що комунікація в сфері охорони здоров'я займає одне з важливих місць. Тому комунікаційні процеси у сфері охорони здоров'я та навколишнього середовища будуть мати першочергове значення в інтеграції України до європейських структур. Зрештою, екологічна політика та політика охорони здоров'я також є одним із пріоритетів Європейського Союзу. Виходячи з цих поглядів, О. О. Беляков приходить до висновку, що екологічна комунікація є важливим чинником підтримки політичної стабільності країни та надійним інструментом превентивних заходів щодо її збереження [5].

Ми вважаємо, що на сьогодні відсутня стратегічна комунікаційна концепція у сфері охорони здоров'я у зв'язку з довгостроковою трансформацією організаційно-правових та фінансово-економічних засад національної системи охорони здоров'я. І це вимагає найпильнішої уваги вчених. У колективній монографії «Спількування Європи» Є. А. Макаренко, М. А. Ожеван, М. М. Рижков та ін. [6] успішно проаналізували стратегії та програми розвитку інформаційного суспільства в ЄС, зокрема комплексний аналіз підходів до управління інформацією та комунікаціями. Тому їх дослідження є особливо цікавим для огляду європейського медіаринку та ринку телекомунікацій, електронної комерції, електронного навчання, європейської політики, розвитку телемедицини, тощо. Так, Г. В. Товканець [7] обрав проблему спількування в міжнародному освітньому співробітництві як наукове дослідження. Він детально проаналізував роль комунікації в міжнародному співробітництві у сфері професійної освіти та навчання, а також у діяльності міжнародного співробітництва. Що стосується управління охороною здоров'я, то сфера наукових досліджень потребує розширення та розвитку. Тому зупинимось на деяких наукових результатах українських дослідників. У новому суспільному розвитку, позначеному цифровою епохою, дослідники О. Іваницька та І. Лопушинський [8] вважають, що розвиток системи охорони



здоров'я, що є одним із найважливіших, є дуже важливим завданням державного управління. з одного боку, нове покоління працівників, а з іншого – нове покоління споживачів, з новими способами мислення, вимогами, інтересами та потребами до нових форм розвитку бізнесу, партнерства та співпраці. На практиці це завдання полягає у розробці нових методів і механізмів взаємодії держави і суспільства, тобто нових комунікаційних механізмів і методів.

Дані нашого дослідження свідчать про відсутність єдиного методичного підходу до комунікаційної діяльності в цілому та охорони здоров'я. Також, на нашу думку, в країні відсутня професійна підготовка для розвитку адекватних комунікативних навичок.

Список використаних джерел:

1. Сивак Т.В. Стратегічні комунікації у системі публічного управління України: монографія. К.: НАДУ, 2019. 386 с.
2. Фролова А.Є. Побудова системи державних стратегічних комунікацій України. *Офіційний сайт Міністерства інформаційної політики України URL: <http://mip.gov.ua/documents/99.html>* (дата звернення 15.02.22).
3. Шклярук М. Г. Сутність і зміст стратегічних комунікацій у системі державного управління. *Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. Серія : Державне управління. 2018. № 1. С. 25-31. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vnaddy_2018_1_6* (дата звернення 15.02.22).
4. Босак А.О. Складові елементи системи комунікацій підприємства та їх характеристики. *Вісник Національного Університету «Львівська політехніка» № 567 «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку».* Львів: Національний університет «Львівська політехніка», 2006. С. 16-22.
5. Беляков О.О. Роль засобів масової комунікації у формуванні екологічної політики. URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=28> (дата звернення 15.02.22).
6. Макаренко Є.А. Європейські комунікації. Підручник. К., 2010. 536с.
7. Товканець Г. В. Комунікаційні технології в управлінні ВНЗ. *Управління в освіті : збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, 14–16 квітня 2011 року.* Інститут інноваційних технологій і змісту освіти [та інші]. Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. С. 314–315.
8. Іваницька О. М., Лопушинський І. П. Формування мереж соціального бізнесу. *Аналітика і влада: журн. експерт.-аналіт. матеріалів і наук. пр. Ін-ту пробл. держ. упр. та місц. самоврядування Нац. Акад. держ. упр. при Президентові України.* К. : НАДУ, 2012. № 6. С. 211–216.





Полторак А.С., д.е.н., доцент,

завідувач кафедри менеджменту та маркетингу,

Льоткіна Т.Є., здобувач вищої освіти, ОПП Менеджмент,

Миколаївський національний аграрний університет

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ТЕРИТОРІАЛЬНИМИ ГРОМАДАМИ

У сучасних умовах функціонування і розвитку суспільства необхідним є процес впровадження інновацій та модернізації на всіх територіальних рівнях. За останні декілька років значно активізувалися процеси самоврядування на рівні міст і регіонів, що потребує створення нових механізмів та методів для ефективного функціонування органів влади та громадських об'єднань.

Проблеми і можливості цифрової трансформації публічного управління висвітлено у дослідженнях таких закордонних та вітчизняних вчених: К. Фаворетто, Г. Мендес, М. Олівейра, П. Кошик-Мігель, В. Корінен [0], С. Хлейн, М. Какінака [0], Ж. Лі і Л. Лю [0], Д. Сільва, Г. Ямашіта, М. Кортимілья, П. Бруст-Ренк, тен Катен С. [0], Т. Єгорова-Луценко [0], О. Матвієнко, М. Цивін [0] та інші. Попри це, у цілому особливості впливу електронної автоматизації публічного управління на підвищення рівня цифрової трансформації в Україні залишаються мало розкритими та вимагають подальшого дослідження.

На рисунку 1 авторами систематизовано базову систему припущень, на яких відбувається цифрова трансформація в системі управління територіальними громадами.

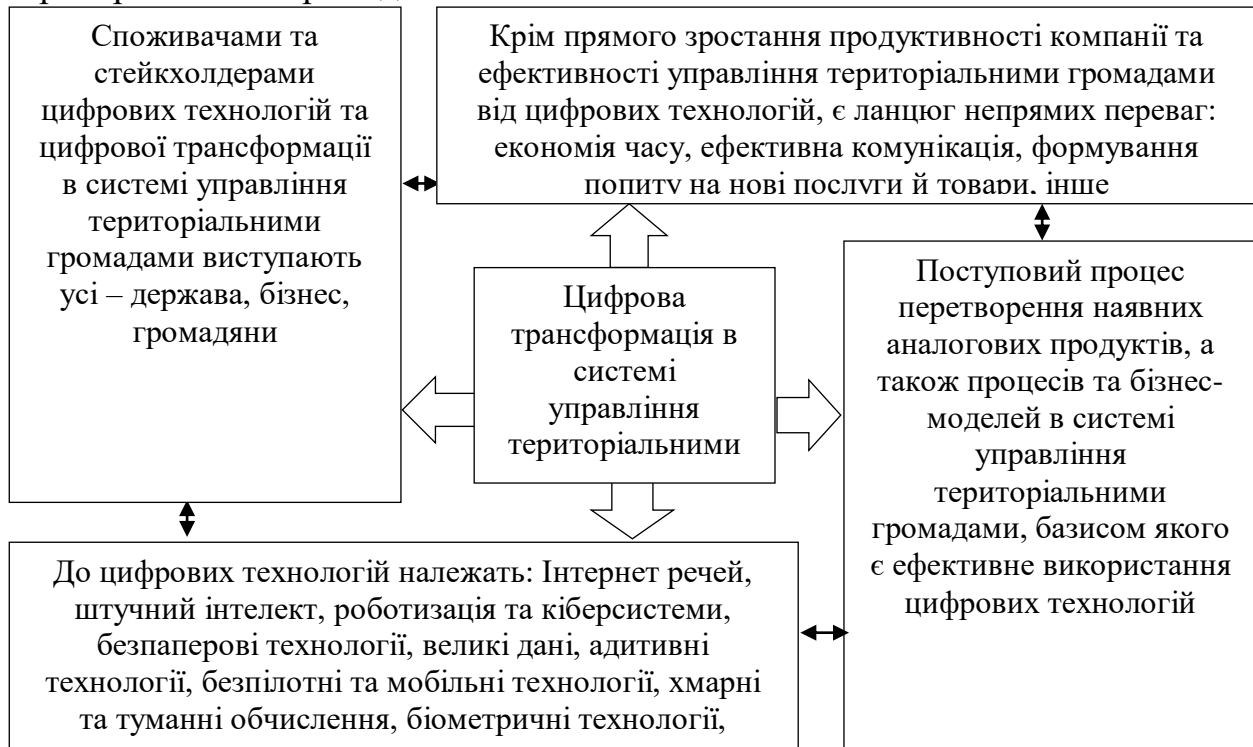


Рисунок 1 – Базова система припущень, на яких відбувається цифрова трансформація в системі управління територіальними громадами

Джерело: систематизовано авторами



Унаслідок процесу децентралізації в Україні було створено 1469 громад. Разом з тим, з'явилися проблеми з урядуванням, оскільки новостворені громади ще не набули інституційної спроможності, а досвід управління великими громадськими об'єднаннями був відсутній.

Якість і результативність функціонування механізму державного управління залежить від швидкості та правильності прийняття рішень. Ведення електронної документації в державних структурах дає можливість автоматизувати усі операції. Ця процедура дозволить максимально скоротити витрати паперу, що забезпечує економію державних коштів, також оптимізує прийняття управлінських рішень. Загалом це все позитивно впливає на стан внутрішньої дисципліни державних службовців.

Постановою Кабінету Міністрів №606 «Деякі питання взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів» від 08.09.2016р. було запроваджено систему електронної взаємодії державних електронних інформаційних ресурсів під час надання адміністративних послуг, а також затверджено інші повноваження щодо підключення до електронної взаємодії відповідно до вимог Європейського Союзу.

Отже, аналізуючи роль та значення цифрової трансформації в системі управління територіальними громадами, ми переконані, що своєчасне та ефективно запровадження цифрових можливостей у систему управління територіальними громадами України може стати поштовхом для їх стрімкого розвитку та зміцнення і, навпаки, зтягування з впровадженням цифрових технологій в усі сфери життя територіальних громад негативно вплине на темпи росту економіки.

Список використаних джерел:

1. Favoretto C., Mendes G.H.S., Oliveira M.G., Cauchick-Miguel P.A., Coreynen W. From servitization to digital servitization: How digitalization transforms companies' transition towards services. *Industrial Marketing Management*. 2022. Vol. 102. Pp.104-121. DOI: 10.1016/j.indmarman.2022.01.003.
2. Hlaing S. W., Kakinaka M. Financial crisis and financial policy reform: Crisis origins and policy dimensions. *European Journal of Political Economy*. 2018. 55. 224-243. <https://doi.org/10.1016/j.ejpoleco.2017.12.005>.
3. Li Zh and Liu L. Financial globalization, domestic financial freedom and risk sharing across countries. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*. 2018. Vol. 55. pp. 151-169. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2018.04.003>.
4. Silva D.S., Yamashita G.H., Cortimiglia M.N., Brust-Renck P.G., ten Caten C.S. Are we ready to assess digital readiness? Exploring digital implications for social progress from the Network Readiness Index. *Technology in Society*. 2022. Vol. 68. DOI: 10.1016/j.techsoc.2022.101875.
5. Матвієнко О., Цивін М. Цифровізація: освітній контекст. *Вісник Книжкової палати*. 2020. № 11. С. 28-35.
6. Єгорова-Луценко Т. П. Цифровізація системи надання соціальних послуг в Україні. *Право та інноваційне суспільство*. 2020. № 2. С. 80-85.



7. Полторак А. С., Паламарчук В. Ю. Моніторинг чинників впливу на рівень фінансової безпеки України в умовах діджиталізації. *Вісник економічної науки України*. 2020. № 2(39). С. 145–151. DOI: [https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2\(39\).145-151](https://doi.org/10.37405/1729-7206.2020.2(39).145-151).

8. Poltorak Anastasiia, Potryvaieva Natalia, Kuzoma Vitalii, Volosiuk Yurii, Bobrovska Nadia. Development of doctrinal model for state's financial security management and forecasting its level. *Eastern-European Journal of Enterprise Technologies*. 2021. №5/13 (113). Pp.26-33. doi: <https://doi.org/10.15587/1729-4061.2021.243056>.





Прокопишин О. С., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку та оподаткування,
Львівський національний університет природокористування
Трушкіна Н.В., к.е.н.,

старший науковий співробітник відділу проблем
регуляторної політики і розвитку підприємництва,
Інститут економіки промисловості НАН України

КОМПЛАЄНС ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА СУЧАСНОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО БІЗНЕСУ

На сьогодні життєво необхідно запровадити в бізнесі інститут комплаєнсу. Без цього просто неможливим буде існування бізнесу та його виживання в умовах конкуренції. Тому це не модна тенденція, а саме життєва потреба, адже остання є необхідним інструментом для існування й виживання бізнесу, тоді як мода притаманна лише певному середовищу в конкретний період і лише доповнює бізнес-процеси, не маючи на них суттєвого впливу.

У сучасному бізнесі нерідко трапляються випадки шахрайства, рейдерство, недобросовісна конкуренція, негативні дії контрагентів і співробітників, витоки комерційної таємниці, порушення прав інтелектуальної власності тощо. У боротьбі з такими явищами потрібен постійний контроль як обов'язковий інструмент такої боротьби. Доцільними є неодноразова перевірка ризиків діяльності з працівниками і контрагентами та систематичний їх контроль.

У нашій країні інститут комплаєнсу тільки впроваджується і популярний переважно в корпораціях та великих компаніях з іноземним капіталом. Застосовуючи в управлінні світовий досвід комплаєнс-контролю, такі юридичні особи мінімізують кількість недобросовісних контрагентів і співробітників, які своїми протиправними діями можуть зашкодити фінансовому стану компанії, а також її діловій репутації. Це є певною гарантією успішного ведення бізнесу [1].

Запорукою якісного налагодження бізнес-процесів, мінімізації фінансових і репутаційних ризиків, а також конкуренції на ринку є збір детальної інформації стосовно бізнес-партнерів та її ґрунтовний аналіз, обов'язкова перевірка достовірності й актуальності їхніх даних, відсів ненадійних контрагентів. Потенційні ризики становлять стосунки з контрагентами, які ведуть нечесну і ненадійну діяльність. Тому перевірка належної обачності – основний індикатор перевірки ризиковості контрагента.

Під час здійснення господарської діяльності комплаєнс-перевірка дає змогу підтвердити відповідність компанії-контрагента правилам, які пред'являються, вимогам законодавства, нормам стандартів та умовам договору. Гіганти в бізнесі завжди крокують у ногу з часом, диктують свої умови. Зрозуміло, що там, де наявний великий бізнес, наявна й потужна конкуренція, що здійснює вплив на безпеку бізнесу та вимагає його захисту.



Запровадивши комплаєнс, бізнес отримує більше можливостей і механізмів у пошуку ризиків, які в майбутньому можуть чинити негативний вплив на підприємницьку діяльність [1].

Щоб побудувати ефективну комплаєнс-систему, потрібні значні зусилля для створення механізму, який зможе працювати тривалий час. Ці зусилля не будуть марними, оскільки їх накопичувальний ефект дасть змогу ефективно захистити бізнес, враховуючи й перспективу. Тому все частіше компанії наперед планують свою діяльність, впроваджуючи комплаєнс, який забезпечує впевнену і безпечну діяльність, унеможливаючи непередбачені витрати, що здатні зруйнувати досягнуті успіхи [2].

Що стосується банківської справи, то тут, як уже було зазначено раніше, поширеним є поняття комплаєнс-контролю як невід'ємної частини внутрішнього контролю, що має за мету захистити інтереси інвесторів, банків, їхніх клієнтів завдяки неухильному дотриманню працівниками чинного законодавства, вимог наглядових органів та процедурних документів і документів, що визначають внутрішню політику.

Комплаєнс-контроль – це принцип ведення фінансовою установою бізнесу згідно з чинним законодавством, правилами, кодексами і стандартами, встановленими компетентним керівництвом, профасоціаціями й внутрішніми документами фінансової організації, банківської установи. Цим формулюванням конкретизується особливе значення комплаєнс-контролю як принципу ведення справ, а також визначаються документи, дотримання яких є важливим у діяльності конкретної фінансової установи.

Практика західних компаній свідчить, що він застосовується фактично у всіх галузях господарства, зокрема виробництві, фінансах, кредиті, страхуванні, торгівлі, медицині, де дотримуються ідеології комплаєнс, тобто усіх норм, правил і стандартів, що обумовлені цією системою [3].

Як уже зазначалося, контроль за дотриманням законодавства і внутрішніх регламентів господарюючого суб'єкта, або комплаєнс-контроль, являє собою важливу складову внутрішньогосподарського контролю. Процес комплаєнс-контролю передбачає контроль і забезпечує відповідність чинним нормам законодавства дій господарюючого суб'єкта, що охоплюють сферу трудових правовідносин. Основні принципи комплаєнс-контролю – це невідворотність покарання за недотримання стандартів комплаєнсу, системність, неупередженість, оперативність, своєчасність, професійне судження і науковість. Ці принципи заслуговують на особливу увагу з метою формування концепції комплаєнс-контролю для сфери трудових правовідносин.

Якісну особливість запропонованої концептуальної моделі комплаєнс-контролю операцій зі сфери трудових правовідносин становить врахування тенденцій розвитку правового регулювання. Ця модель забезпечує розвиток методів контролю і дає змогу суб'єктам господарювання підвищувати конкурентоспроможність завдяки ефективному врегулюванню трудових



відносин за допомогою активізації трудових ресурсів і внаслідок точного розподілу витрат, спрямованих на їхнє відтворення [4].

Основними вимогами комплаєнсу є дотримання юридичних та етичних норм, прозорість бізнесу. Ці вимоги реалізуються завдяки побудові системи управління комплаєнс-програмою, яку можна реалізувати на практиці поетапно. При цьому основні етапи передбачають таку їхню послідовність: формулювання цінностей і цілей суб'єкта господарювання, яких передбачається досягнути; характеристика нормативно-правового середовища та бізнес-операцій; пошук зовнішніх і визначення внутрішніх ризиків; побудова системи оцінки ризиків; створення системи управління ризиками; побудова комплаєнс-програми суб'єкта господарювання; забезпечення функціонування системи комплаєнс-програми; розроблення системи внутрішнього комплаєнс-контролю й моніторингу; оволодіння комплаєнс-навичками за допомогою організації навчань.

Однак опитування, проведене серед топменеджменту українських промислових підприємств, засвідчило, що більшість із опитаних топменеджерів вперше чують термін «комплаєнс». Водночас, зважаючи на світові й вітчизняні тенденції необхідності боротьби з корупцією та її посилення, можна прогнозувати, що впровадження антикорупційних комплаєнс-програм ймовірно незабаром буде закріплене законодавчо як обов'язкове для всіх підприємств в Україні [5].

Зрозуміло, що компанії, які зорієнтовані на довгостроковий успіх, впроваджуватимуть комплаєнс, незважаючи на труднощі, які очікують їх на цьому шляху, адже комплаєнс для бізнесу є не просто модою, а являє собою необхідний інструмент в управлінні ризиками. А отже, вже сьогодні забезпечення успішного ведення бізнесу безпосередньо залежить від розуміння вищим керівництвом підприємств необхідності впровадження стандартів, які реалізуються обов'язковими компонентами комплаєнс-програми.

Список використаних джерел:

1. Добровичинська А. Комплаєнс – мода чи життєва потреба бізнесу? *Юридична Газета online*. 2021. 27 квіт. URL: <https://yur-gazeta.com/dumka-eksperta/komplaens--moda-chi-zhitteva-potreba-biznesu.html>.
2. Романова О. Комплаєнс – мода чи життєва необхідність існування бізнесу? *Юридична Газета online*. 2021. 15 лист. URL: <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/komplaens--moda-chi-zhitteva-neobhidnist-isnuvannya-biznesu.html>.
3. Москаленко Н. В. Теоретичні аспекти запровадження комплаєнс-контролю в Україні. *Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування*. 2018. Вип. 2. С. 106–112. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/268453001.pdf>.
4. Овсяк Н. В. Комплаєнс-контроль у сфері трудових правовідносин. *Глобальні та національні проблеми економіки: електронне наукове фахове видання*. 2018. Вип. 23. С. 662–667. URL: <http://www.global-national.in.ua/archive/23-2018/128.pdf>.
5. Кобелева Т. О. Складові комплаєнс-програми підприємства. URL: http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/48074/1/Kobeleva_Skladovi_komplaiens_2020.pdf.



Рибалко-Рак Л.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри менеджменту,
Кужель Н.Л., викладач кафедри менеджменту,
Сербін В.В., магістрант ОП «Менеджмент і адміністрування»
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»

УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ КОМУНІКАЦІЙ У СУЧАСНІЙ ОРГАНІЗАЦІЇ

Вимоги сьогодення полягають у необхідності опрацьовувати все більшу і більшу кількість інформації, що має вплив на соціально-економічну ефективність управління організаціями. Інструментом поширення інформації в організаціях є комунікаційні процеси, що формують систему. На сучасному етапі розвитку суспільства інформація перетворилась на найважливіший ресурс, а її значні обсяги, швидкість оновлення та актуальність вимагають реалізації завдання суб'єктом управління організації щодо здійснення постійного обміну інформацією на засадах формування системи процесів комунікації в організації. Складне і динамічне середовище, в якому функціонують організації, вимагає постійного підвищення ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій за рахунок оптимізації існуючих видів і каналів комунікації. Таким чином, проблема управління системою комунікацій у сучасній організації є актуальною.

Аналіз науково-прикладних досліджень відобразив, що проблематиці управління системою комунікацій у сучасній організації, визначенням місця процесів комунікацій у системі управління організацією присвячено праці низки вітчизняних та зарубіжних вчених, таких, як: Д. Аакер, Бебик В.М., Дж. Бернет, Б. Берлесон, Г. Стейнер, Дж.Л. Лейхіфф, Б.З. Мільнер, А. Войчак, Т. Орлова, М. Плотніков, Г. Почепцов, Т. Примак, Н. Григор'єва, Л. Прус, В. Різун, В. Рева, О. Фисун та інші. Дослідженню питань кроскультурних комунікацій та напрямів підвищення ефективності міжкультурної взаємодії присвячено праці таких вчених як І. Айбл-Айбесфельдт, Е. Холл, Г. Хофстед, Ф. Тромпенаарс, Д. Мацумото, А. Кребер, К. Клакхон, К. Гирц та інші. Проте певні аспекти ефективного управління системою внутрішніх комунікацій у сучасній організації в умовах сьогодення залишаються невирішеними. Тому дана проблема потребує подальших досліджень та наукових дискусій.

Значна кількість моделей процесу комунікації та їх еволюція від спрощеної моделі Аристотеля до складних багатофакторних моделей, що з'явилися у XXI столітті, свідчить про актуальність дослідження. Тому, формування системи комунікацій в організації, яка буде сприяти досягненню цілей та завдань, а не навпаки, бути причиною неефективного і нерационального використання робочого часу є актуальним завданням управлінського персоналу організації.

Комунікації в організації можна поділити на дві основні групи – зовнішні (між системою та її середовищем) і внутрішні (між рівнями управління і підрозділами) комунікації. Комунікаційний процес визначають як процес обміну інформацією між персоналом організації та суб'єктами зовнішнього середовища з метою досягнення певних цілей і завдань [1-3].



Внутрішнє середовище організації є функціональною сферою, яка бере участь у забезпеченні ефективного комунікаційного процесу та володіє певними ресурсами для побудови дієвої системи комунікацій. Комунікації у менеджменті відносять до процесів управління, оскільки вони пов'язують функції організації, планування, мотивації та контролю. Існуючі взаємодії між внутрішніми елементами системи та зовнішнім середовищем організації супроводжуються процесами комунікації, від якості яких залежить ефективність системи менеджменту організації.

Комунікації доцільно відносити до стратегічних ресурсів організації, оскільки вони мають ключове значення для стійкого функціонування системи менеджменту. Це обґрунтовується їх багатозначністю в організації, зокрема як: інструмента інтеграції всіх видів діяльності; середовища та механізму управління; засобу забезпечення гнучкості та адаптивності підприємства; інструмента розвитку кадрового та інноваційного потенціалу; інструмента формування організаційної культури на основі цілісності цілей та цінностей [1-2].

Також необхідно досліджувати канали комунікації, тобто засоби передачі інформаційного повідомлення. Походження каналів комунікації може бути природним (усне спілкування) або штучним (паперові та електронні носії). Розвиток процесу комунікації зорієнтований на штучні канали комунікації, зокрема електронні, тому що їх простіше контролювати, вони є динамічними із точки зору швидкості передачі інформації, їх можливо ефективно зберігати та неодноразово використовувати. На сьогодні для суб'єктів управління організаціями актуальним є прийняття рішення щодо необхідності інвестування у впровадження корпоративних електронних засобів комунікації, які витісняють необхідність особистого спілкування, що і є напрямом подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел:

1. Бабчинська О. І. Комунікаційний процес в управлінні: основні положення. *Ефективна економіка*. 2018. № 9. URL: http://www.economy.nauka.com.ua/pdf/9_2018/51.pdf

2. Гусаковська Т.О., Кужель Н.Д., Худокормова Ю. А. Оцінка ефективності системи управління інформаційним забезпеченням та комунікаціями в організації. *Інформаційне суспільство: технологічні, економічні та технічні аспекти становлення*: Матеріали міжнародної наукової інтернет-конференції. Випуск 42. URL: <http://www.konferenciaonline.org.ua/arhiv-konferenciy/arhiv-konferenciy16-10-2019>.

3. Рибалко-Рак Л.А. Інформаційне забезпечення управління якістю у торгівлі системи споживчої кооперації: сучасний стан і характеристика. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки*. 19. 2011. С. 323-331.



ОЦІНЮВАННЯ ОРГАНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ З ВИКОРИСТАННЯМ ІНТЕГРАЛЬНОГО ІНДЕКСУ ТАКСОНОМІЇ

Органічний ринок на шляху свого становлення в Україні спирався на міжнародне законодавство (передусім, Європейського Союзу) та найкращі світові практики виробництва. Вагомий внесок у розвиток органічного виробництва в Україні та формування вітчизняного органічного потенціалу зробили фінансові донори Німеччини, США, Нідерландів, Швейцарії, Великої Британії, Франції та інших країн. Крім того, українські сертифіковані органічні виробники отримали доступ до нових перспективних ринків збуту, розширили свої можливості та потенціал. Нині Україна, маючи сильні євроінтеграційні амбіції, отримала можливість повноцінно використати багаторічний міжнародний досвід політики підтримки органічної сфери та її потенціалу.

Загальну ефективність вітчизняного органічного потенціалу ми пропонуємо визначити за допомогою інтегрального показника – коефіцієнта таксономії, що розрахуємо з використанням методу таксономічного аналізу, розробленого Вячеславом Плютою [1]. Аргументом на користь використання даного методу, на нашу думку, є те, що він працює з багатовимірними економічними поняттями, які описуються значною кількістю показників. Ми переконані, що, застосування методу таксономії для оцінки ефективності вітчизняного органічного потенціалу є новим прийомом у наукових розвідках щодо цього питання.

Представимо систематизовані показники протягом 2012-2019 рр. у табл. 1, які будуть використовуватися нами для обчислення таксономічного показника ефективності вітчизняного органічного потенціалу. Таксономічний показник розраховується за класичним алгоритмом таксономічного аналізу [2]: формування матриці спостережень, стандартизація значень елементів матриці спостережень, формування вектора-еталона, визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном, розрахунок таксономічного коефіцієнта.

Для формування матриці спостережень використаємо формулу 1 та показники таблиці 1, що характеризують ефективність вітчизняного органічного потенціалу.

$$X_{mn} = \begin{pmatrix} X_1 \\ X_2 \\ \dots \\ X_i \\ \dots \\ X_m \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} x_{11} & x_{12} & x_{13} & \dots & x_{1j} & \dots & x_{1n} \\ x_{21} & x_{22} & x_{23} & \dots & x_{2j} & \dots & x_{2n} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{i1} & x_{i2} & x_{i3} & \dots & x_{ij} & \dots & x_{in} \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ x_{m1} & x_{m2} & x_{m3} & \dots & x_{mj} & \dots & x_{mn} \end{pmatrix} \quad (1)$$



Таблиця 1

**Показники-характеристики органічного потенціалу України протягом
2012-2019 р. [розроблено автором на основі 3–5]**

Роки	Площі органічних угідь, тис. га	Кількість виробників сертифікованої органічної продукції, од.	Обсяги роздрібної торгівлі органічною продукцією, млн. євро	Обсяги експорту органічної продукції, млн. євро	Обсяги імпорту органічної продукції, млн. євро	Зростання органічних роздрібних продажів у % на рік, %
2012	272,85	164	7	0	0	54
2013	393,40	175	12	36	0	54
2014	400,76	182	14	70	0	18
2015	410,55	210	17	50	4	20
2016	381,17	294	21	59	4	21
2017	289,00	304	29	99	4	38
2018	309,10	501	33	104	4	22
2019	467,98	470	36	272	4	30

Формуємо матрицю спостережень (X):

$$X = \begin{pmatrix} 272,85 & 164 & 7 & 0 & 0 & 54 \\ 393,40 & 175 & 12 & 36 & 0 & 54 \\ 400,76 & 182 & 14 & 70 & 0 & 18 \\ 410,55 & 210 & 17 & 50 & 4 & 20 \\ 381,17 & 294 & 21 & 59 & 4 & 21 \\ 289,00 & 304 & 29 & 99 & 4 & 38 \\ 309,10 & 501 & 33 & 104 & 4 & 22 \\ 467,98 & 470 & 36 & 272 & 4 & 30 \end{pmatrix} \quad (2)$$

Проте, слідуючи алгоритму таксономічного аналізу, для проведення подальших розрахунків необхідна стандартизація, яка дозволяє привести одиниці виміру до безрозмірної величини у діапазоні [0; 1], тобто урівняти значення ознак. Значення даного кроку полягає в тому, що стандартизація дозволяє уникнути розбіжностей з одиницями виміру оскільки елементи матриці спостережень можуть виражатися у специфічних для кожної ознаки одиницях вимірювання. Для цього визначимо середнє значення за кожним показником (табл. 2).

Визначивши середні значення показників, стандартизуємо значення елементів матриці за наступною формулою:

$$Z_i = \frac{X_i}{\overline{X_i}}, \quad (3)$$

де Z_i – стандартизоване значення показника i ;

X_i – значення показника i в матриці спостережень;

$\overline{X_i}$ – середнє значення показника i .



Таблиця 2

Середні значення показників для розрахунку таксономічного коефіцієнта ефективності вітчизняного органічного потенціалу

Показник	Середнє значення
Площі органічних угідь, тис. га	365,60
Кількість виробників сертифікованої органічної продукції, од.	287,50
Обсяги роздрібної торгівлі органічною продукцією, млн. євро	21,13
Обсяги експорту органічної продукції, млн. євро	86,25
Обсяги імпорту органічної продукції, млн. євро	2,50
Частка зростання органічних роздрібних продажів на рік, %	32,13

Матрицю стандартизованих значень (Z) матиме наступний вигляд:

$$Z = \begin{pmatrix} 0,7463 & 0,5704 & 0,3314 & 0 & 0 & 1,6809 \\ 1,0760 & 0,6087 & 0,5680 & 0,4174 & 0 & 1,6809 \\ 1,0962 & 0,6330 & 0,6627 & 0,8116 & 0 & 0,5603 \\ 1,1229 & 0,7304 & 0,8047 & 0,5797 & 1,60 & 0,6226 \\ 1,0426 & 1,0226 & 0,9941 & 0,6841 & 1,60 & 0,6537 \\ 0,7905 & 1,0574 & 1,3728 & 1,1478 & 1,60 & 1,1829 \\ 0,8455 & 1,7426 & 1,5621 & 1,2058 & 1,60 & 0,6848 \\ 1,2800 & 1,6348 & 1,7041 & 3,1536 & 1,60 & 0,9339 \end{pmatrix} \quad (4)$$

Наступним кроком вище згадуваного алгоритму є формування вектору-еталону, що передбачає розділення всіх змінних на стимулятори і дестимулятори. Основою такого поділу є характерний вплив кожного показника на рівень об'єкта, що досліджується. Стимулятори – це показники, збільшення яких покращує загальну оцінку роботи об'єкта дослідження, а дестимулятори навпаки спричиняють погіршення оцінки роботи.

До стимуляторів, тобто до показників, зростання яких позитивно впливає на загальну ефективність органічного потенціалу України, згідно показників-характеристик таблиці 1 віднесемо площі органічних угідь, кількість виробників сертифікованої органічної продукції, обсяги роздрібної торгівлі органічною продукцією, обсяги експорту органічної продукції та частка зростання органічних роздрібних продажів на рік. До дестимуляторів віднесемо обсяги імпорту органічної продукції.

Поділ ознак на стимулятори та дестимулятори – основа для побудови вектора-еталону. Для цього із значень ознак матриці необхідно обрати найбільші значення стимуляторів та найменші значення дестимуляторів за весь досліджуваний період відповідно. Елементи цього вектору мають координати та формуються зі значень показників за формулою:

$$\begin{aligned} Z_{oi} &= \max Z_{ij} \text{ (стимулятор)} \\ Z_{oi} &= \min Z_{ij} \text{ (дестимулятор)} \end{aligned} \quad (5)$$



Виходячи з цього, вектор-еталон (P_0) має наступні координати:

$$P_0 = (1,280;1,743;1,704;3,154;0,000;1,681) \quad (6)$$

Наступним кроком алгоритму визначення таксономічного показника є визначення відстані між окремими спостереженнями і вектором-еталоном. Ця відстань розраховується за формулою:

$$C_{i/o} = \sqrt{\sum_{j=1}^m (z_{ij} - z_{oj})^2} \quad (7)$$

де Z_{ij} – стандартизоване значення j -го показника в період i ;

Z_{oj} – стандартизоване значення j -го показника в векторі-еталоні.

Після знаходження зазначеної вище відстані розрахуємо наступні необхідні показники, а саме середньоквадратичного відхилення цієї відстані та нормування відстаней (віддалення) кожної одиниці сукупності від «еталонної» точки за наступними формулами:

$$\bar{C}_o = \frac{1}{m} \sum_{i=1}^m C_{io} \quad (8)$$

$$S_o = \sqrt{\frac{1}{m} \sum (C_{io} - \bar{C}_o)^2} \quad (9)$$

$$C_o = \bar{C}_o + 2S_o \quad (10)$$

Отримані відстані служать вихідними величинами, які використовуються при розрахунку показника таксономії:

$$d_i = \frac{C_{io}}{C_o} \quad (11)$$

Сам же таксономічний показник (K_i) визначимо за формулою:

$$K_i = 1 - d_i, \quad (12)$$

Відобразимо динаміку зміни таксономічного показника, що характеризує загальну ефективність органічного потенціалу в Україні протягом 2012–2019 рр. на рис. 1.

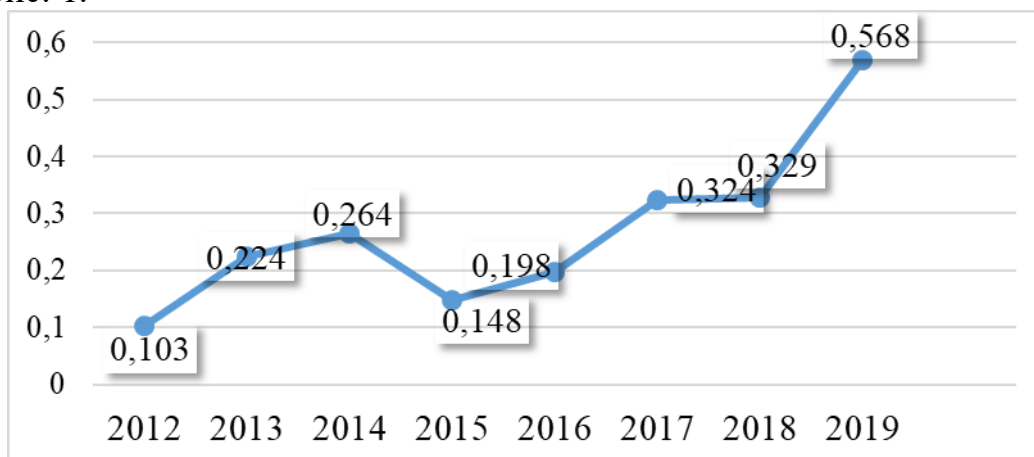


Рис. 1. Динаміка зміни таксономічного показника ефективності органічного потенціалу в Україні у 2012–2019 рр.

Як видно з вищенаведеного рис. 1, коефіцієнт таксономії був



нестабільним протягом аналізованого періоду. Інтерпретація даного показника здійснюється у відповідності з такою логікою: чим ближчим є рівень відповідної складової до одиниці, то кращою є ситуація в напрямку функціонування та розвитку системи показників-характеристик, що становлять у сукупності органічний потенціал в Україні. Проведене нами дослідження підтверджує, що у 2019 р. даний показник був найвищий, і становив 0,568, а у 2012 р. та 2015-2016 рр. – досяг найнижчих значень – 0,103; 0,148 та 0,198 відповідно. Це свідчить про те, що вітчизняний органічний потенціал та система органічного виробництва в Україні перебувала на етапі становлення та розвитку.

Проведений аналіз дає змогу дійти висновку про те, що українські експортери органічної продукції змушені розв'язувати цілу низку проблем, які перешкоджають активізації постачання продукції з нашої країни на ринки інших країн.

Список використаних джерел:

1. Плюта В. Порівняльний багатоваріантний аналіз в економічних дослідженнях. Москва: Фінанси і статистика. 1989. 176 с.
2. Айвазян С.А., Бажаєва З.И., Староверова О.В. Классификация многомерных наблюдений. М.: Статистика, 1974. 769 с.
3. Key indicators on organic agriculture worldwide. Statistics. FiBL. URL: <https://statistics.fibl.org>. (дата звернення: 26.06.2021).
4. Органічний ринок в Україні. Інформаційний бюлетень. 2020. URL: OrganicInfo.ua (дата звернення: 28.02.2021).
5. Внутрішній ринок органічної продукції України, експорт та імпорт за 2019 рік. URL: <https://agropolit.com/infographics/view/95> (дата звернення: 03.04.2021).





ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ЖИТЛОВОЇ ПОЛІТИКИ

Нові виклики щодо формування та реалізації державної житлової політики постали в період переходу до ринкових відносин. В першу чергу це стосується згортання програм щодо безоплатного забезпечення населення житлом, подальшої підтримки в належному стані зданого в експлуатацію житла, з іншого боку не менш важливими були питання щодо підтримки будівельної галузі та запобігання її занепаду. Незважаючи на достатній період ринкової трансформації, чіткої реформи ринку житлово-комунальних послуг на сьогоднішній день не відбулося. За радянських часів галузь майже повністю субсидувалась державою, на її частку припадало близько десять відсотків валового внутрішнього продукту. Плата за комунальні послуги на той час становила до п'яти відсотків реальних витрат на житлово-комунальні послуги. За даними Державного комітету статистики, вартість житлово-комунальних послуг у 1990 році становила 2% доходу сім'ї, а в 2011 році вартість таких послуг вже перевищувала 40-50%, на сьогодні держава регулює вартість життєво-комунальних послуг за рахунок субсидій.

Розглядаючи передумови формування державної житлової політики варто визначити її зв'язок з економічними та соціальними сферами. В даному контексті цікавим є дослідження Ляшевої А.[1], котра визначила п'ять періодів (табл. 1.1). Дані представлені в табл. 1.1. не тільки характеризують тенденції по м. Києву, а є в цілому адаптованими до загальнонаціональних тенденцій щодо розвитку житлової сфери в містах України та висвітлюють найбільш вагомі проблеми кожного періоду щодо реалізації громадянами права на житло. Ключовим трендом першого періоду, котрий було покладено в основу формування державної житлової політики, яка продовжує діяти й наразі, є започаткування масової приватизації житла. Розпочаті зміни призвели до дисбалансу у забезпеченні житлом населення, адже окремі категорії громадян отримали у приватну власність елітне житло, інша категорія громадян отримала посереднє житло, в той же час залишилась категорія громадян, котрі не отримали у власність нічого і мусли ставати учасниками ринку житла для його придбання за власний рахунок.

Окремо слід зазначити, що на момент запровадження масової приватизації житла, приватний сектор оренди був недостатньо розвиненим, що також значно ускладнювало можливості громадян щодо працевлаштування в певних населених пунктах. Загальна тенденція масової приватизації перетворила житло на ліквідний товар, що мало глибокий вплив на діючі економічні процеси в країні адже житло стало найдорожчим активом, який до того ж був малоризикованим.

Започатковані трансформаційні процеси в житловій сфері на початку



дев'яностих років набули найбільш важливого значення для формування державної житлової політики країни.

Таблиця 1

Періоди розвитку житлової сфери

Період	Змістова характеристика
Застій 1990-х рр.	- загальний спад економіки, значне зниження обсягів будівництва; - запровадження процесів масової приватизації житла, підприємств будівельної індустрії тощо; - формування ринку нерухомості та становлення банківського сектору.
Кінець 1990-х – 2003 рр.	- формування основних гравців житлової системи; - запровадження нових інструментів фінансування, в тому числі кошти громадян; - злиття публічної та приватної сфер на різних адміністративних рівнях.
Бум 2003- 2008 рр.	- економічне зростання та притік інвестицій у банківську сферу; - впорядкування земельних відносин в межах м. Київ (затвердження Генерального плану м. Київ в 2002 році); - вдосконалення нормативно-правового регулювання іпотечного кредитування; - значне зростання цін на будівництво.
Криза 2008 р. та відновлення до 2014 р.	- згорання рефінансування за іпотечними кредитами; - нестабільність національної валюти, падіння обмінного курсу гривні до іноземних валют; - скорочення обсягів будівництва, падіння цін на ринках нерухомості; - неспроможність забудовників закінчити будівництво через брак коштів; - неспроможність позичальників виконувати зобов'язання за іпотечними договорами в іноземній валюті; - часткове відновлення будівництва, запровадження нових фінансових інструментів, таких як розстрочка, фонди фінансування будівництва тощо.
Бум після 2014 р.	- девальвація гривні та криза банківського сектору; - перерозподіл коштів з депозитних рахунків у сферу житлового будівництва з метою подальшого використання як активу.

Джерело: адаптовано автором за [1]

При цьому варто відмітити, що вони характеризується відсутністю дієвих механізмів управління та виваженої стратегії розвитку, що у підсумку призвело до низки негативних наслідків, котрі є не вирішеними й зараз. Ключовими рисами даного періоду були:

- відсутність суб'єкта управління;
- згорання програм безоплатного надання житла;
- тотальне скорочення державного фінансування будівництва житла;
- значне зростання вартості житла;
- низька якість діючих механізмів забезпечення різних верств населення житлом;
- приватизація житлового фонду;
- становлення ринку житла;
- підвищення тарифів на житлово-комунальні послуги;
- перехід від державних до інших організаційно-правових форм



підприємств житлово-комунальної сфери.

Продовжуючи розгляд суті та змісту державної житлової політики різних періодів доцільно відмітити ключові аспекти періоду економічного зростання за якого значно збільшилась кількість виданих іпотечних кредитів, що забезпечило позитивну динаміку щодо нарощення обсягів будівництва проте з іншого боку мало й негативні наслідки в частині спекулятивного зростання вартості житла. В цей період також спостерігалась позитивна динаміка й на ринку праці, адже у галузь будівництва та супутні галузі були залучені значні трудові ресурси. Головною тенденцією ринку нерухомості досліджуваного періоду є суттєве зростання вартості житла на вторинному ринку[2].

Окремо слід розглянути період після 2014 р. головною тенденцією якого визначено перерозподіл депозитних коштів в галузь будівництва, проте вартість житла все одно залишається досить високою в порівнянні з доходами населення, що знижує можливості громадян щодо його придбання. Підсумовуючи окреслені сутнісні характеристики різних періодів варто зазначити, що ключовим аспектом діючої державної житлової політики є спрямованість на власність, при цьому придбати житло зможуть лише ті хто має відповідний фінансовий ресурс навіть за умови наявності значної кількості житла на ринку.

Дана тенденція вказує на зацікавленість в інвестуванні в житло для подальшої здачі його в оренду та отримання прибутку. Спрямованість діючої державної житлової політики на власність підтверджують й затверджені житлові програми: компенсації державою частини вартості, пільговому кредитуванню для придбання житла, компенсації відсотків за кредитом, оренді з правом викупу. Окреслена суть та змістовне наповнення діючої державної політики має негативні наслідки в частині загострення соціальної нерівності та формує роль житла як засобу отримання прибутку, а не місця проживання. Якщо за радянських часів забезпечення населення житлом було частиною соціальної політики держави то наразі даний акцент зміщено у сферу економічних відносин, адже діючі програми державної підтримки містять в більшості випадків суто декларативний характер.

Список використаних джерел:

1. Ляшева А. Жилье в Киеве: почему мне негде жить? *Commons: веб-сайт*. URL: <https://commons.com.ua/uk/zhile-v-kieve-pochemu-mne-negde-zhit/> (дата звернення 15.02.22).

2. Славков М.П. Реалізація державної житлової політики в Україні. *Актуальні проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу та контролю в соціальноорієнтованій системі управління підприємством* : Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 1. м. Полтава, 31 березня 2021 року. Полтава, 2021. С.179-182.





Славкова О.П., д.е.н., професор,
завідувач кафедри публічного управління та адміністрування,
Сумський національний аграрний університет

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

В ринковій економіці механізми розвитку завжди орієнтовані на підвищення якості життя українського населення. Сільські території як поняття являються похідними об'єктивної різниці між міським та сільським способом життя. Необхідно зазначити, що в Україні сформувалися сільські місцевості, багато в чому відмінні від світових та європейських аналогів. На відміну від них, основу сільських населених пунктів у нашій державі складають члени особистих селянських господарств, які займаються сільськогосподарським виробництвом на засадах само зайнятості[1].

Водночас у період соціально-економічних та територіальних перетворень, які відбулися в період 1990-2021 років відбулися докорінні зміни в традиційному сільському способі життя, сільському ринку праці та соціально-професійному складі сільського населення. Закінчило своє існувати колгоспне селянство, поступово зменшується кількість найманих робітників сільського господарства, значно зменшилася кількість працівників, які проживали в приміських зонах та працювали на промислових підприємствах поряд з місцем проживання, сільської інтелігенції та соціальних працівників. Найбільше скорочується чисельність працівників, які зайняті на підприємствах, в установах, сільськогосподарських, мисливських та рибальських підприємствах.

Сучасний стан розвитку сільських підприємств, малого та середнього підприємництва не спроможний належним чином вирішувати проблеми зайнятості та створення робочих місць, що в свою чергу покращило б якість життя сільського населення. Водночас для сільських поселень характерна наявність «прихованого безробіття». Доходи сільського населення на чверть нижчі, ніж у малих містах, і вдвічі нижчі, ніж у великих містах. Якість соціальних послуг для сільського населення залишається відносно низькою. Історико-культурний та рекреаційний потенціал сільської місцевості, особливо у сфері зеленого туризму, використовується недостатньо. Це пов'язано з нестачею інформації, низькою якістю та пропозицією туристичних послуг і відсутністю сучасної індустрії дозвілля в сільській місцевості. Не використовується наявний потенціал заповідних та екологічно чистих територій, привабливих для туризму та відпочинку. У багатьох сільських районах спостерігається критична екологічна ситуація через появу різноманітних природних та антропогенних факторів, зокрема деградації та забруднення ґрунтів, накопичення побутових відходів, тощо.

Суспільний поділ праці та його спеціалізація, створюючи умови для все більш ефективного використання ресурсів, паралельно веде до посилення диференціації соціально-економічного положення робітників різних галузей та сфер діяльності. Отримані суспільством переваги в розподілі праці проявляється тільки в процесі ринкового обміну, який враховує уподобання



споживачів. Ринок найбільш ефективно визначає рівень важливості та ефективності виробництва різних товарів та послуг, які задовольняють суспільні потреби та відповідно цьому розподіляють доходи від їх виробництва, що в свою чергу впливає на рівень та якість життя зайнятих різними видами економічної діяльності.

Підвищення якості життя сільського населення є нагальною ознакою та шляхом надання державної підтримки різноманітних проектів для сільській місцевості та розвитку її механізмів. Це є першим логічним пріоритетом у визначенні заходів виходячи з ознайомлення з Планом заходів з реалізації Концепції розвитку сільських територій, затвердженим постановою Ради Міністрів України 19 липня 2017 року № 489 [2]. Термін реалізації такого заходу як підтримка індивідуального житлового будівництва встановлений максимально тривалим, тобто в рамках безпосередньо Концепції це 2025 рік. Необхідно зазначити, що такі заходи, як розвиток мережі закладів охорони здоров'я та покращення медичного обслуговування в сільській місцевості не мають терміну виконання та зазначені як безстрокові. Таким чином ми розуміємо, що держава націлена на забезпечення права кожного громадянина на житло [3]. Але на нашу думку цей пріоритет не важливий для сільської місцевості враховуючи велику кількість пустою чого житла. Це також дозволяє зробити проміжний висновок про те, що держава прагне забезпечити основні матеріальні потреби людини, наприклад, сільське житло, запускає і мотивує прагнення до саморозвитку людини в різних видах економічної діяльності та формах господарювання на селі. Такий причинно-наслідковий зв'язок може забезпечити розвиток перспективного кола приватних партнерів для державно-приватного партнерства, специфічною якістю якого буде оновлення та вирішення регіональних проблем.

Поточна система управління сільським розвитком розподіляється між різними міністерствами та відомствами, які негативно впливає на задоволення потреб сільських громад у межах своєї компетенції. Існує також проблема координації управління галузями розвитку та районами у сільській місцевості. Ми вважаємо, що для ефективного управління сільськими територіями необхідно необхідний комплексний підхід до вирішення основних завдань розвитку сільських територій в Україні на основі принципів сталого розвитку.

Список використаних джерел:

1. Slavkova O.P., Zaburanna L. Features and development trends of family farms in Ukraine. *Вісник СНАУ*. №5(64). 2015. С.3-8.
2. План заходів з реалізації Концепції розвитку сільських територій: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19 липня 2017 р. № 489-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/489-2017-%D1%80>.
3. Гринчук Ю. С., Шемігон О. І., Биба В. А. Управління розвитком сільських територій – основа успішного аграрного бізнесу. *Ефективна економіка*. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8188>.





РОЛЬ ЛІДЕРСТВА В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Сьогодні підприємства функціонують у складних соціально-економічних умовах. Тому перед керівниками підприємств постає проблема ефективного менеджменту. Вивчаючи питання ефективності менеджменту, науковці у своїх дослідженнях розглядають питання лідерства сучасних керівників та намагаються визначити необхідність існування лідерських якостей у менеджерів вищої ланки. Таким чином, питання лідерства у сучасному менеджменті є дуже актуальним та своєчасним.

Швидкий розвиток суспільства, зміна правил життя потребують активності, впевненості та прийняття неочікуваних рішень. Ці якості найбільш притаманні лідерам, які вміють їх використовувати. Але для розвитку звичайної особистості в системі управління підприємством важливим є ознайомлення та розуміння сутності та змісту проблеми лідерства. Проблема лідерства в системі управління підприємством приділяється особлива увага. Теорії лідерства прагнуть з'ясувати, які характеристики лідерства виявляються найбільш ефективними та чому. Дослідники цієї проблеми справедливо підкреслюють, що для успішного виконання своїх функцій керівник-менеджер має бути обов'язково і лідером.

Успішне функціонування вітчизняних підприємств дедалі більше пов'язане із впровадженням нових методів управління, що орієнтуються на нові механізми активізації трудової поведінки колективів, впровадження сучасних методів керівництва, застосування лідерства. Таким чином, провідною ідеєю розвитку підприємств стає розуміння того, що класичні методи менеджменту (управління) доцільно доповнювати застосуванням принципів лідерства. Адже глобалізація, комп'ютеризація та інформатизація діяльності, необхідність швидкого реагування на зміну ринкової ситуації та вплив внутрішніх і зовнішніх чинників призводять до значно вищої відповідальності управлінців за результати власних рішень та функціонування і розвиток суб'єкта бізнесу. Проблеми управління підприємством та застосування лідерства у цих процесах досліджуються в усіх сферах національної економіки.

Керівництво та лідерство розглядають як персоніфіковані форми соціального контролю та інтеграції всіх механізмів та способів соціально-психологічного впливу з метою досягнення максимального ефекту управління групою [7, с. 94]. Треба чітко усвідомити, що поняття «керівник» і «лідер» різні. Основна відмінність полягає в тому, що керівник не завжди у своїй організації є лідером. Керівництво пов'язане з ефективною організацією діяльності, а лідерство – зі здатністю впливати на персонал для ефективної роботи. Ефективне лідерство формується в процесі керівництва людьми.

Досліджуючи застосування лідерства в системі управління



підприємством, приходимо до розуміння, що чим більш динамічне середовище, у якому діє керівник, тим більше можливостей для реалізації цілей, які стоять перед підприємством, більше шляхів розвитку лідерських якостей особистості та її послідовників. Адже згідно з новою парадигмою світу (існує твердження, що ми живемо у світі випадковостей і невизначеності, і незначні, на перший погляд, події здатні викликати досить суттєві й далекосяжні наслідки [8, с. 25]), саме керівник повинен не боятися змін та чим більше він буде підштовхувати до будь-яких змін своїх послідовників, тим швидше підприємство буде мати можливість виходу на лідируючі позиції своєї діяльності. Тому, на нашу думку, досліджуючи розвиток та сучасний стан теоретичних поглядів на роль лідерства в системі управління підприємством, можна сформулювати визначення, що лідерство – це взаємовідносини між лідером та його командою (підлеглими), відносини яких у колективі побудовані на поєднанні різних жерел влади, формального та неформального лідерства, та спрямовані на досягнення стратегічної мети економічного розвитку підприємства.

Відомо, що лідери великих підприємств (понад 50 працівників) не можуть ефективно взаємодіяти з усіма членами колективу. Вважається, що критичною кількістю є десять осіб для безпосередньої комунікації з лідером, тобто на кого він може впливати, надихати, спрямовувати. Ось чому так важливо мати команду, яка б ідеї лідера сприймала, підтримувала й розповсюджувала. Такою командою стати ініціативна, творча група.

Командна робота в системі управління підприємством є не просто сумісна робота людей, об'єднаних однією метою, а співробітництво, що ґрунтується на чіткому розподілі ролей, обов'язків, координації дій і зусиль. Лідерів ж необхідно: сформулювати проблему, запропонувати систему цілей, пояснити наявність ресурсного забезпечення, бути готовим до конструктивної дискусії, знайти стимули, задіяти підтримку зовнішнього та внутрішнього середовища, бути здатним до прийняття відповідальності, застосування влади. Разом із тим, як зазначав Лао Цзи, лідер діє найкраще тоді, коли люди ледве усвідомлюють, що він існує [7].

Ефективність команди залежить від лідера (використання ефективних методів впливу, організація роботи, узгодження зусиль, ресурсного забезпечення) та її членів (відповідальність, усвідомлення значення завдань, уміння та зусилля, культура ділового спілкування). Втім, слід зазначити недоліки командної роботи. У команді формується консерватизм унаслідок групового мислення. Команда стає не здатною приймати яскраві, нестандартні рішення, втрачає здатність критикувати свої рішення та сприймати зауваження інших, з'являється тиск на членів команди тощо.

Такі процеси як лідерство та керівництво посідають вагомe місце у системі управління підприємством. Чисельними науковими дослідженнями та практикою реалізації сучасних прогресивних підходів до управління доведено значні переваги і потенційні можливості лідерства (як процесу, зосередженого на використанні та скеруванні в «необхідне русло» емоційного стану в



колективі, духовної взаємодії лідера та членів команди (підлеглих, інших працівників), відносини яких побудовані на поєднанні різних джерел влади, формального та неформального лідерства, спрямовані на досягнення стратегічної мети соціально-економічного розвитку підприємства.

Підприємство досягає економічного розвитку та стає лідером у галузі своєї діяльності лише за умови, що його керівники можуть здобути послідовників, вказувати шлях до досягнення загальної мети, будувати стабільні відносини у колективі, мати авторитет та повагу серед підлеглих, володіти природними якостями, які приносять найбільшу користь для колективу: високий рівень професіоналізму, здатність креативно мислити, швидко приймати рішення, чесність, енергійність, високопорядність, харизма, прагнення до постійного саморозвитку та самовдосконалення, спонукання до постійного розвитку та професійного зростання персоналу тощо.

Отже, лідерство в сучасних складних соціально-економічних умовах діяльності підприємств виступає невід'ємним чинником ефективного менеджменту. Наявність лідерських якостей у керівників та лідерської моделі управління може бути суттєвим гарантом досягнення конкурентоспроможності підприємства.

Список використаних джерел:

1. Білорус Т.В. Сутність кадрової стратегії підприємства та методологічні засади її формування. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 1. С. 185-190.
2. Возна М. Підходи до оцінки лідерських якостей керівника. URL: <http://kerivnyk.info/2014/04/vozna.html>
3. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу. *Україна: аспекти праці*. 2015. № 3. С. 31-37.
4. Гавкалова Н.Л. Інноваційна роль менеджменту персоналом в процесі формування стратегії підприємства. *Проблеми науки*. 2016. № 4. С. 16-23.
5. Данюк В.М., Петюх В.М. Менеджмент персоналу. К.: КНЕУ, 2014. 398 с.
6. Данченко Л. Г. Сучасні стратегічні моделі типів керівництва та лідерства в організації. *Молодий вчений*. 2015. № 11 (26). С. 52-55.
7. Евтихов О. Стратегии и приемы лидерства: теория и практика. СПб: Речь, 2007. 238 с.
8. Козак К. Б. Роль лідерства в системі управління персоналом на підприємстві. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 3 (19). С. 24-28.
9. Кушнірюк В. К. Лідерство і керівництво як основні категорії менеджменту: тотожність чи відмінність. URL: http://www.rusnauka.com/16_ADEN_2010/Economics/68323.doc.htm
10. Лугова В. М. Напрями розвитку лідерської компетентності керівників українських підприємств. *Проблеми економіки*. 2012. № 1. С. 64-67.
11. Соболев С. Менеджмент: навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. Київ: КНЕУ, 2005. 229 с.





Сорокотяга М.С., здобувач вищої освіти ступеня
доктора філософії, ОПП Менеджмент,
Науковий керівник – **Таран О.М.**, к.е.н.,
доцент кафедри менеджменту, бізнесу і адміністрування,
Державний біотехнологічний університет

СІЛЬСЬКЕ ГОСПОДАРСТВО – ЯК СТРАТЕГІЧНО ВАЖЛИВА ГАЛУЗЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах сільське господарство України є однією із найбільш пріоритетних галузей економіки. Аграрний сектор формує продовольчу та у визначених межах економічну, екологічну та енергетичну безпеку, забезпечує розвиток технологічно пов'язаних галузей національної економіки та створює соціально-економічні умови сільського розвитку. Україна як потужний виробник багатьох видів агропродовольчої продукції впродовж багатьох років займає вагомі позиції в світовій структурі експорту сільськогосподарських та продовольчих товарів.

Україна має величезний потенціал для розвитку сільського господарства. Це відбувається через сприятливі природні умови для сільського господарства: родючий ґрунт і дуже сприятливий клімат на більшій частині території країни. Сільське господарство України є досить перспективною галуззю та одним із лідерів експорту продукції рослинництва та тваринництва на світових ринках. Окрім того, воно є основною рушійною силою для розвитку економіки країни та забезпечення добробуту населення. Але, на жаль, за останні кілька років ця галузь агропромислового комплексу почала занепадати, а її розвиток призупиняється через недостатню та неефективну державну підтримку [1].

Стратегія розвитку національної економіки чи її структурних елементів є основним довгостроковим, послідовним, конструктивним, стійким до невизначеності умов соціально-економічного середовища планом, який супроводжується постійним аналізом та моніторингом у процесі його реалізації та спрямований на досягнення основної цілі чи результату. Стратегія нині є основним інструментом довгострокового планування на найвищому державному рівні управління структурними одиницями національної економічної системи, що застосовується в усьому світі [2].

Сільське господарство розглядають як комплекс технологічно й організаційно взаємопов'язаних галузей, які у своїй сукупності утворюють збалансовану, інтегровану й структурно завершену систему. Кожна галузь сільськогосподарського виробництва є сукупністю підприємств, що виробляють певні види однорідної продукції чи надають послуги, які задовольняють певні потреби населення в продуктах харчування, а промисловості – в сировині.

Однією з основних галузей сільського господарства є рослинництво, яке займається, головним чином, обробкою культурних рослин для виробництва рослинницької продукції. Забезпечує населення продуктами харчування, тваринництво – кормами, багато галузей промисловості (харчову,



комбікормову, текстильну, фармацевтичну, парфумерну і ін.) – сировиною рослинного походження. Тісно пов'язано з тваринництвом.

Завданням тваринництва є розведення сільськогосподарських тварин для виробництва продукції. Його продукція призначається як продукти харчування людей (м'ясо, молоко та молочні продукти, яйця тощо) та як сировина для харчової та легкої промисловості.

Комплексність взаємозв'язку тваринництва та рослинництва при скороченні обсягу останнього звужує потенційні джерела отримання якісних органічних добрив, що вимагає уваги в розрізі відчутного зростання ринку органічної продукції. Всі зазначені тенденції з різних сторін характеризують ринок продукції сільського господарства, який виступає цільовим ринком для підприємств сільського господарства [3].

Для того щоб сільське господарство в нашій країні розвивалося і процвітало потрібні суттєві зміни у цінній політиці. Сільському господарству потрібні стабільні ціни, орієнтуючись на які фермери могли б визначати оптимальний обсяг виробництва продукції. Ціновий механізм повинен стати головною ланкою постреформованого аграрного виробництва.

Важливу роль відіграє утворення кластерів. Кластерні локальні мережі територіально-виробничих систем є джерелами і факторами забезпечення високого рівня та якості життя населення, економічного зростання й сталого розвитку території. Кластери – це добровільне об'єднання підприємств, за галузево-територіальною ознакою. Склад кластера включає в себе: основне виробництво; постачальників спеціального обладнання, сировини, послуг, технологій; університети, центри стандартизації, торгові асоціації, що забезпечують спеціалізоване навчання, дослідження, технічну підтримку; місцеві органи влади та представників державних органів влади в регіоні.

Особливістю функціонування організаційно-правового механізму підтримки розвитку сільського господарства України є те, що, з одного боку, відсутнє в повному обсязі фінансове забезпечення законів, що приймаються, а з іншого – невиконання вже прийнятих законів та інших нормативно-правових актів, тобто низька виконавча дисципліна в державних органах влади.

Сьогодні фінансова підтримка сільського господарства здійснюється переважно через комплекс програм, метою яких є підвищення ефективності виробництва та забезпечення прибутку виробникам сільськогосподарської продукції. Державою розроблено програму, яка спрямована на розвиток сільського господарства в Україні. Це Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій, вона націлена на комплексне проведення низки реформ, на які вже довгий час чекають виробники сільськогосподарської продукції, аграрний бізнес і сільське населення. Ця програма визначає розвиток сільського господарства і сільських територій на довгострокову перспективу, надає базу для стабільної і прозорої правової системи, яка спрямована на поліпшення ділового клімату, протидію корупції і стимулювання інвестицій у модернізацію аграрного сектору економіки. Вона



також надає підґрунтя для проведення інституціональної реформи, необхідної для ефективного контролю і реалізації означених заходів [4].

Значну роль повинна відігравати інноваційна діяльність. Серед напрямків інноваційного розвитку сільського господарства можна виділити:

- 1) створення та впровадження у виробництво високопродуктивних сортів і гібридів сільськогосподарських культур, нових порід тварин і птиці;
- 2) стимулювання агроекологічної діяльності, зокрема, розвитку альтернативного органічного агровиробництва;
- 3) формування високоосвічених професійних кадрів.

Однак слід зазначити, що перспективні напрями й характер здійснення інноваційних процесів в сільському господарстві залежать від державної політики країни [5].

Слід звернути увагу на фактори, що гальмують рівень розвитку сільського господарства: погано розвинена інфраструктура, нестабільна політична та економічна ситуація, зношеність техніки, нестабільні та непрогнозовані ціни на паливо, недосконала нормативно-законодавча база, застаріла технологія виробництва, недотримання сівозмін та засівання рослинами, які виснажують землю та погіршують якість ґрунту.

Отже, на основі проведеного аналізу можна визначити такі основні стратегічні напрями розвитку сільського господарства в Україні як: вдосконалення нормативно-законодавчої бази, яка б забезпечувала стабільний розвиток сільського господарства; виробництво органічної, безпечної та екологічно чистої сільськогосподарської продукції; встановлення ринкових цін на продукцію, які забезпечуватимуть рентабельність її виробництва для основної маси виробників; залучення молодих людей у сільське господарство; забезпечення гідної оплати праці в сільському господарстві.

Список використаних джерел:

1. Бойко М.В. Тенденції розвитку сільськогосподарських підприємств та їх фінансове забезпечення. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2020. № 4(60). С. 178-186.
2. Халатур С.М. Необхідність формування стратегії економічного розвитку сільського господарства України. *Економіка та держава*. 2017. № 7. С. 53-58.
3. Божидай І.І. Аналіз сільськогосподарської галузі України. *Ефективна економіка: електрон. наук. фахове вид.* 2018. № 9. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/152.pdf (дата звернення: 27.01.2022).
4. Бурачек І.В., Михайленко Н.В. Сучасний стан та перспективні напрями розвитку сільського господарства в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Миколаїв, 2018. Вип. 21. С. 134-137.
5. Щуревич Л.М. Інноваційні перспективи в розвитку аграрного сектору в Україні. *Інвестиції: практика та досвід*. 2018. № 10. С. 101-105.





аспірант кафедри менеджменту,
Науковий керівник – **Кундицький О.О.**, д.е.н, професор,
завідувач кафедри менеджменту,
Львівський національний університет Імени Івана Франка

ЕФЕКТИВНІСТЬ В СИСТЕМІ СУМІЖНИХ ЕКОНОМІЧНИХ КАТЕГОРІЙ

Дуже важливо виявити ступінь відмінності між поняттями «ефективність» і «результативність», які в значній мірі варіюються у вітчизняній і зарубіжній практиках. Так, в Україні зазначені категорії практично не розрізняються, що є причиною необ'єктивної оцінки ефективності реалізованих завдань і прийнятих рішень в рамках державного регулювання і призводить до завищених у вітчизняній практиці параметрам їх виконання, а значить, до помилкових висновків і додаткових витрат. Відповідно до чинного законодавства «принцип результативності та ефективності стратегічного планування означає, що вибір способів і методів досягнення цілей соціально-економічного розвитку і забезпечення національної безпеки нашої держави повинен ґрунтуватися на необхідності досягнення заданих результатів з найменшими витратами ресурсів відповідно до документів стратегічного планування, що розробляються в рамках державного управління» [2]. У вітчизняній практиці застосовуються такі критерії.

1. Ефективність, обумовлена вибором комплексу найбільш раціональних параметрів забезпечення оптимального розподілу товарно-матеріальних ресурсів, необхідних для вирішення запланованих завдань соціально-економічного розвитку, які забезпечують вирішення очікуваних результатів державної політики. При цьому враховується можливий вплив негативних і позитивних ефектів методів державного регулювання. В рамках підготовки проектів проводяться варіантні розрахунки із застосуванням різних регулятивних заходів з вибором найбільш ефективного варіанту, з використанням найменших ресурсів і зусиль.

2. Економічність передбачає мінімізацію фінансових, товарно-матеріальних, кадрових та інших витрат на реалізацію проектів і програм із забезпеченням їх відповідної якості. Основа цього критерію – фінансові показники застосування відповідної регулятивної заходи (прибуток, рентабельність), а також мінімізація трансакційних витрат з надання відповідної заходи регулювання підтримки.

3. Результативність характеризує співвідношення між встановленими, обґрунтованими плановими параметрами і індикаторами з урахуванням впливу факторів управлінської діяльності на своєчасність їх реалізації [1].

При розгляді проблеми оцінки ефективності державного регулювання відтворювальних процесів у сільському господарстві різні автори застосовують різну термінологію:

- а) оцінка результативності;
- б) оцінка якості;



в) оцінка ефективності.

Під оцінкою результативності мається на увазі ступінь досягнення очікуваного результату, а під оцінкою якості розуміється оцінка відповідних властивостей предмета або явища їх сутності. Що стосується оцінки ефективності, то існує різне розуміння даного поняття. Термін «ефект» (від лат. Effectus) позначає будь-яку дію, стан об'єкта, відповідно, термін «ефективний» (від лат. Effectivus) позначає дієвий, що дає бажаний результат. Можна відзначити, що ефект від державного регулювання являє собою здатність суб'єкта державного регулювання цілеспрямовано впливати на об'єкт з метою досягнення поставлених завдань в умовах, що змінюються. При цьому ефект характеризує скоріше можливе примноження зусиль використовуваних засобів державного бюджету за рахунок залучення їх у вирішення проблем, що входять до переліку питань державного значення, на основі нових можливостей. Ефект більш орієнтований на майбутнє. При цьому дана трактування не представляється достатньо обґрунтованою, вона характеризує рівень реалізації запланованої діяльності та досягнення намічених результатів.

Список використаних джерел:

1. Про продовольчу безпеку України : Проект Закону України № 8370-1 станом на 28 квітня 2011 р. *Верховна Рада України*. URL: [http : // search.ligazakon. ua / 1_doc2.nsf/link1/JF6GI01A.html](http://search.ligazakon.ua/1_doc2.nsf/link1/JF6GI01A.html).

2. Кундицький О.О. Регулювання фінансової бази відтворення факторів виробництва. Львів: Тріада плюс, 2011. 552 с.



ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ

Проблемні питання створення, функціонування сільськогосподарських кооперативів та оцінки ефективності їх діяльності висвітлюється у працях закордонних та українських вчених. В даній парці проведемо аналіз думок закордонних вчених щодо діяльності сільськогосподарських кооперативів.

Ermanno C. Tortia et al. [1] розглядаючи економічну природу сільськогосподарських кооперативів наголошують на тому, що вони є логічним продовженням сімейних господарств, оскільки такі господарства мають вкрай обмежені можливості для збільшення масштабів виробництва та досягнення належної ринкової потужності. Роль сільськогосподарських кооперативів, на думку авторів, полягає в тому щоб забезпечити реалізацію переваг великомасштабної організації в сільському господарстві, уникаючи при цьому значних операційних витрат.

Robert P. King, Gerald F. Ortmann [2] досліджують розвиток сільськогосподарських кооперативів у зв'язку теорією інституціональної економіки, зокрема застосування цієї теорії до організаційної форми кооперативу. Майбутній розвиток сільськогосподарських кооперативів пов'язується авторами з адаптацією до економічних умов, що постійно змінюються та пов'язані з технологічними змінами, індустріалізацією сільського господарства та ростом індивідуалізму.

Alfredo López, Carmen Marcuello [3] запропонували методи оцінки ефективності сільськогосподарських кооперативів за рядом економічних та соціальних показників їх діяльності, таких як ресурси наявні в кооперативу та результати їх діяльності, а також створювані кооперативом соціальні зв'язки, відкритість їх для різних суспільних програм тощо.

Важливим аспектом функціонування сільськогосподарських кооперативів на який звертають увагу Erika Ribašauskiene et al. [4]) є надання їм підтримки з боку держави. Аналізуючи політичні та економічні заходи спрямовані на підтримку кооперативного руху у Литві автори вказують, що вони в цілому сприяють розвитку кооперативів чи здійснюють нейтральний вплив. Водночас звертається увага на неефективність окремих фінансових заходів спрямованих на підтримку кооперативів. Для підвищення ефективності таких заходів автори наголошують на необхідності врахування сучасного стану розвитку економіки, зокрема підтримку груп фермерів, які не мають офіційного оформлення їх об'єднань із статусом юридичної особи.

Аналізуючи роль кооперативів у подоланні бідності та сприяттві економічному росту в Ірані Fatemeh Allahdadi [5] звертає увагу на фактори, які стримують розвиток кооперативів, зокрема: недостатня обізнаність населення, недостатня автономія кооперативів внаслідок надмірного втручання з боку



держави в їх діяльність, обмеження доступу на ринки для кооперативів. При цьому автором відзначається суттєва роль кооперативів у подоланні бідності серед сільського населення.

Взаємозв'язок рівня добробуту дрібних фермерів із членством їх у сільськогосподарських кооперативах досліджували також Musa Hasen Ahmed and Hiwot Mekonnen Mesfin [6]. На основі аналізу зібраних у східній Ефіопії емпіричних даних авторами встановлено позитивний вплив членства у сільськогосподарському кооперативі на рівень добробуту дрібних фермерів.

James C. Hanson et al. [7] досліджуючи проблемні питання розвитку сільськогосподарських кооперативів та їх об'єднань у Боснії і Герцеговині акцентують увагу на необхідності підвищення інформаційної взаємодії між кооперативами, спілками кооперативів та урядовими організаціями та науковими установами з широкого кола питань, зокрема: маркетингу, юридичних аспектів діяльності кооперативів, підвищення їх організаційної ефективності тощо. Отримання кооперативами своєчасної та якісної інформації з вказаних питань, а також доступність освітніх програм для їх керівників та членів, на думку авторів, є необхідною умовою розвитку сільськогосподарської кооперації.

Таким чином, питанням розвитку сільськогосподарської кооперації приділяється значна увага в світових наукових дослідженнях. Крім іншого науковцями наголошується на необхідності врегулювання проблемних аспектів діяльності сільськогосподарських кооперативів на законодавчому рівні.

Список використаних джерел:

1. Sacchetti S., Tortia E.C. The Internal and External Governance of Cooperatives: Membership and Consistency of Values. *Euricse Working Paper*. 2013. №. 62. URL: https://www.euricse.eu/wp-content/uploads/2015/03/1392305305_n2489.pdf (дата звернення 15.02.2022).
2. Robert K., Gerald O. Agricultural Cooperatives I: History, Theory and Problems. *Agrekon*. 2007. Pp. 40-68. URL: file:///D:/Downloads/AGRICULTURAL_COOPERATIVES_THEORY_HISTORY_AND_DEVELOPMENT.pdf (дата звернення 15.02.2022).
3. Juan I., Sergio M.-V. Agricultura y desarrollo rural. Contribuciones de las cooperativas agrarias. *CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa*. 2002. Pp. 25-52. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17404103.pdf> (дата звернення 15.02.2022).
4. Ribašauskienė E., Šumylė D., Volkov A., Balezentis T., Streimikiene D., Morkūnas M. Evaluating Public Policy Support for Agricultural Cooperatives. *Sustainability*. 2019. № 11. URL: https://www.researchgate.net/publication/334372144_Evaluating_Public_Policy_Support_for_Agricultural_Cooperatives (дата звернення 15.02.2022).
5. Allahdadi F. The Contribution of Agricultural Cooperatives on Poverty Reduction: A Case Study of Marvdasht, Iran. *Journal of American Science*. 2011. №7(4). Pp.22-25.



6. Hasen Ahmed M., Mekonnen Mesfin H., 2017. The impact of agricultural cooperatives membership on the wellbeing of smallholder farmers: empirical evidence from eastern Ethiopia. *Agricultural and Food Economics, Springer; Italian Society of Agricultural Economics (SIDEA)*. 2017. №5(1). Pp. 1-20. URL: <https://link.springer.com/article/10.1186/s40100-017-0075-z> (дата звернення 15.02.2022).

7. James C. Hanson, Kenneth L. Leonard, Timothy Essam. Listening while evaluating: Examining the benefit of an NGO programme using season extenders (greenhouses) in Bosnia-Herzegovina. *Journal of Development Effectiveness*. 2013. №5. Pp. 116-136.





Фурман А.С., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Іщейкін Т.Є.**, к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ВИТРАТ

Особливість формування витрат пов'язана з періодом часу і формою їх участі у виробничому процесі. У зв'язку з цим виробничі витрати поділяються на постійні та змінні. Постійні – це ті, що безпосередньо не пов'язані з обсягом виробництва продукції (робіт, послуг) [3].

У рослинництві до постійних витрат виробництва відносять амортизацію техніки і приміщень, орендну плату за землю або інші ресурси, земельний податок, заробітну плату постійних працівників, страхові платежі за посіви і майно рослинницьких галузей, загальновиробничі витрати в галузі, ремонт приміщень, що використовуються в рослинництві. До постійних витрат у тваринництві відносять амортизацію приміщень і техніки, що використовується в цій сфері виробництва, ремонт даних приміщень, амортизацію робочої і продуктивної худоби, податок на майно, витрати на підтримуючий корм, страхові платежі, оплату праці постійних працівників, рівень якої безпосередньо не пов'язується з обсягом виробленої продукції, загальновиробничі витрати в галузі, орендну плату [1].

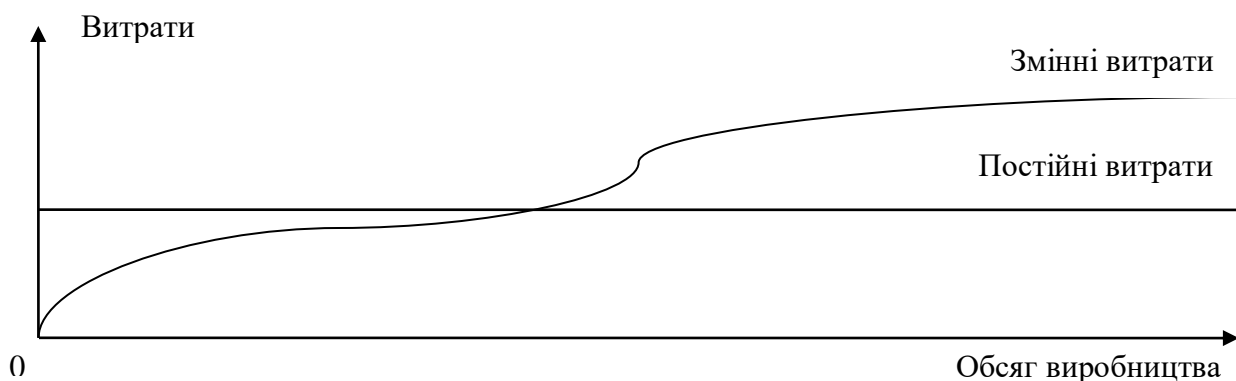


Рис. 1. Витрати виробництва у короткостроковому періоді [1; 2; 3]

Елементом змінних витрат виробництва є питомі змінні витрати, які характеризують відношення змінних витрат до об'єму виробленої продукції.

Динаміка змінних витрат також поділяється на такі види витрат:

- прогресивні (відносне збільшення змінних витрат більше, ніж відносне збільшення обсягів виробництва);
- регресивні (відносне збільшення змінних витрат менше, ніж відносне збільшення обсягів виробництва);
- пропорційні (відносна зміна витрат відповідає відносній зміні обсягу виробництва).



У рослинництві до витрат виробництва відносять вартість насіння, витрати на мінеральні добрива й отрутохімікати, на органічні добрива, паливно-мастильні матеріали, на технічний огляд і ремонт техніки, транспортні витрати на перевезення і доробку продукції, витрати на оплату праці найманих працівників і працівників підприємства, які виконують збиральні роботи і роботи, пов'язані з використанням ресурсів, що є елементом змінних витрат (наприклад, оплата працівників, які обробляють посіви отрутохімікатами). У тваринництві до змінних витрат відносять оплату праці постійних працівників, рівень якої (оплати) безпосередньо пов'язується з обсягом виробленої продукції, оплату праці найманих працівників, продуктивні корми, витрати на ветеринарне обслуговування і племінну справу, технічний догляд і ремонт машин та обладнання галузі, витрати на електроенергію, воду, на молоко для випоювання телят, транспортні витрати тощо [2].

Період, протягом якого підприємство може змінити кількість постійних і змінних витрат виробництва, називається довгостроковим періодом. Якщо у межах короткострокового періоду зміни у виробничому апараті не можуть бути проведені, то у довгостроковому періоді змінюються виробничі потужності й адекватно цьому – кількість робітників. Можна зробити висновок, що всі витрати виробництва в умовах довгострокового періоду як змінні. Звідси у довгостроковому періоді середніх постійних витрат АВС не існує. Середні змінні витрати АВС дорівнюють середнім загальним витратам, тобто $AVC = ATC$. Тому у довгостроковому періоді використовуються єдине поняття - середні витрати АТС [1].

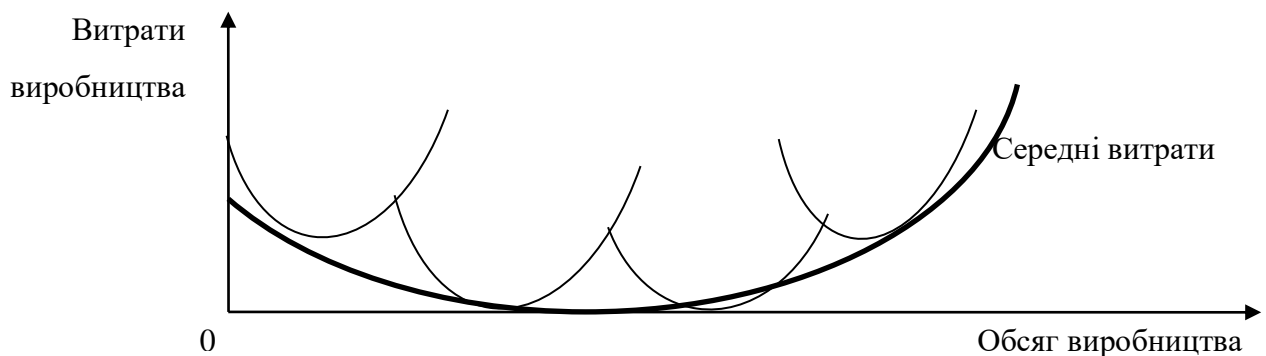


Рис. 2. Середні витрати виробництва у довгостроковому періоді [1; 2; 3]

Спадання кривої середніх витрат виробництва свідчить про економію витрат, а зростання – пережиття витрат. Криві витрат у довгостроковому періоді формуються з короткострокових кривих середніх витрат при різних обсягах виробництва та відображають мінімальні витрати виробництва будь-якого обсягу продукції [2].

Отже, при вивченні процесу формування виробничих витрат необхідно враховувати, що на їх обсяги впливає не тільки внутрішнє, але і зовнішнє середовище здійснення процесу виробництва, а також фактори з інших сфер



діяльності. А у виробничому процесі можливе зростання витрат перед масштабним виходом продукції та після завершення кругообігу вивільнення значних коштів. При рівномірному використанню грошових коштів по кварталах, закономірність сезонності простежується не завжди, і залежить не тільки від природних та кліматичних особливостей конкретного підприємства, а й рівня інтенсивності виробництва та спеціалізації.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств: підручник. Вид. 2-ге, переробл. і допов. К. : КНЕУ, 2004. 624 с.
2. Бондар І. Ю. Управління витратами виробництва та собівартість продукції. К. : КНТЕУ, 2000. 341 с.
3. Давидович І. Є. Управління витратами: навч. посібн. К. : Центр учбової літератури, 2008. 320 с.





Хоменко О.Г., здобувач вищої освіти
СВО магістр, ОПП Менеджмент організацій,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ TOTAL QUALITY MANAGEMENT (TQM)

В основі TQM лежать наступні принципи: орієнтація на споживача; залучення працівників, що дає можливість організації з вигодою використовувати їх здібності; підхід до системи якості як до процесу; системний підхід до управління; постійне поліпшення [1].

Принципи TQM відображають три ключові моменти:

1. Ставлення вищого керівництва до проблем якості та його спроможність проводити зміни, орієнтуючись на лідерські здібності;
2. Орієнтація на залучення персоналу компанії на всіх рівнях управління до побудови системи менеджменту якості через удосконалення мотивації та побудови безперервної системи навчання співробітників;
3. Орієнтація на командні методи роботи.

Загальний менеджмент якості є реальним інструментом безперервного вдосконалення діяльності підприємства і джерелом економічних вигід. Адже згідно з принципами TQM успішними вважаються не ті підприємства, які просто виробляють продукцію відповідно до стандартів або вимог споживачів, а ті, які забезпечують високий рівень задоволеності споживачів, власного персоналу, взаємодії з постачальниками, допомагають у розв'язанні проблем суспільства і досягають при цьому високих фінансових результатів.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика принципів традиційної системи управління і системи TQM [2]

Традиційні принципи управління	Принципи системи TQM
Задоволення потреб замовника	Задоволення потреб споживача, суспільства і співробітників організації
Планування, забезпечення і контроль покращення якості продукції	Планування, забезпечення і контроль покращення якості всіх процесів і системи
Розробка переважно коректуючих дій	Розробка переважно попереджувальних дій
Навчання управління якістю тільки співробітників відділу контролю якості	Навчання управління якістю всього персоналу
Покладення функцій забезпечення якості на відділ контролю якості	Покладення функцій забезпечення якості на весь відділ
Рішення в області якості тільки «невідкладних» питань і задач сьогодення	Постійне виявлення і рішення в області якості хронічних проблем
Виконання кожним автономно поставленої задачі	Координація і взаємодія діяльності всіх співробітників в області якості

Підприємства з традиційними підходами до управління орієнтуються на потреби замовника, що змінюються і відповідно до них змінює характеристики



продукції. Методичною базою традиційного підходу до управління є системи маркетингових досліджень і маркетингової інформації, визначення об'ємів ринку і вибір цільових сегментів, розробка нового товару, розповсюдження товару і подальше технічне обслуговування.

Система TQM передбачає [3]:

– розробку внутрішньої політики в області якості, планування виробничого процесу, оцінку готової продукції, використання інформації про якість, контроль випробувальної апаратури;

– залучення працівників всіх підрозділів при формуванні політики якості підприємства, підвищення їх кваліфікації, створення комфортних і безпечних умов праці, реалізації творчого потенціалу з метою підняття рівня зацікавленості та задоволеності працівників, створення системи матеріального стимулювання шляхом підвищення заробітної плати, розвиток соціальної сфери;

– підвищення продуктивності, зниження собівартості за рахунок оптимізації виробничих витрат та зменшення непродуктивних витрат, оптимальне використання ресурсів та технічних засобів;

– визнання та задоволення явних і можливих вимог споживачів, вчасне постачання продукції;

– розвиток співробітництва та партнерства, участь у національних та міжнародних конкурсах та тендерах з метою покращення іміджу підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринку;

– постійне удосконалення виробництва у всіх сферах його діяльності на основі результатів проведеної самооцінки.

Таким чином, загострення конкуренції ставить на порядок денний вирішення проблем формування чітких стратегій діяльності для задоволення потреб ринку з окресленою структурою конкурентних переваг та шляхів їх досягнення, тому загальний менеджмент якості (Total Quality Management) сприяє стабільності попиту, зростанню прибутків, отриманню конкурентних переваг на ринку, в першу чергу за рахунок сформування високого рівня корпоративної культури, свідомості та відповідальності власників та керівників перед суспільством.

Список використаних джерел:

1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління: навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2011. 440 с.
2. Міщенко А. П. Стратегічне управління: навч. посіб. К. : ЦУЛ, 2004. 336 с.
3. Шершньова З. Є. Стратегічне управління: підручник [2-ге вид., перероб. і доп] . К.: КНЕУ, 2004. 699 с.





ГОЛОВНІ АСПЕКТИ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ В БІЗНЕС-АДМІНІСТРУВАННІ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ СУСПІЛЬСТВА

В умовах загальносвітової глобалізації, комерціалізації, поглиблення міждержавної інтеграції менеджмент набуває нових рис, набираючи в свої форми і зміст сучасні елементи, апробовані на практиці. Наприклад, з кожним роком наростає кількість організацій, підприємств і установ, що повністю перейшли на систему менеджменту якості, заснованої на міжнародних стандартах ISO-9000. Загальноновизнаним і важливим засобом досягнення кращих соціально-економічних показників стає стратегічний менеджмент, що приймається на багато років вперед [1].

Як принципи бізнес-адміністрування можна виділити: системність; процесний підхід; розмежування функцій і повноважень; оперативність; можливість оцінки і контролюваність параметрів діяльності всіх учасників; орієнтація на зміну конкурентного середовища і розвиток технологій.

Системність полягає у усвідомленні організації як цілісного організму, що складається з множини елементів з усталеними взаємозв'язками між ними та створенні такого середовища всередині компанії, яке робить ці зв'язки якомога спеціалізованими і результативними, виключаючи дублювання, повторюваність функцій, надмірне документування та громіздку звітність. Основними системними параметрами в бізнес-адмініструванні є простота, надійність, вимірюваність результатів роботи [2].

Організацію (суб'єкт підприємницької діяльності, компанію і т. п.) можна розглядати як сукупність декількох систем:

- виробничо-технологічну (охоплює виробничу діяльність підприємства, впровадження і використання технологій, контроль якості продукції);
- соціально-психологічну (принципи кадрової політики на підприємстві, мотивацію персоналу, стимулювання професійного зростання, формування філософії компанії, виховання у персоналу почуття спільної мети компанії);
- організаційну (підприємство, як структурна ланка галузі, економіки країни і визначає його як систему з певною організаційною структурою, яка визначає характер зв'язків всередині організації та зовнішніми контрагентами);
- інформаційну (підприємство як суб'єкт накопичення інформації про споживачів, партнерів, фінансово-господарські операції, інформаційних зв'язків між елементами структури підприємства, користування системами бізнес-комунікацій для створення ефективної підприємницької структури);
- фінансово-економічну (визначає підприємство як суб'єкт господарювання, окрему економічну одиницю із внутрішніми і зовнішніми грошовими потоками, принципами бюджетування, податкового планування) [3].

Тому, системний підхід в бізнес-адмініструванні забезпечує участь всіх підрозділів суб'єкта господарювання у вирішенні стратегічних і тактичних



задач бізнесу, дозволяє чітко визначити завдання і очікувані результати від прийняття бізнес-рішень на кожному етапі і визначити ефективність кожної із вищезгаданих систем в процесі досягнення цілей[2].

Менеджмент на сучасному етапі характеризується своєю різноманітністю і підпорядкований великій кількості завдань, факторів і чинників, що стоять перед ним. Від менеджерів потребують ряд певних умінь і навиків, оскільки в умовах переорієнтації економіки країни в реальне виробництво (особливо в рамках розвитку і посткризи), раціоналізації експлуатації наявних ресурсів, а також активної участі в інституціоналізації ринкових відносин в управлінні, необхідно застосовувати інноваційні методи менеджменту. Безумовно, менеджмент є координатором функціонування підприємства, основоположним механізмом ефективності і результативності діяльності, але, звичайно, в умовах інноваційного розвитку суспільства і економіки в менеджменті існує ряд проблем, з якими стикаються менеджери в рамках реалізації своєї професійної діяльності [4].

Менеджмент як сучасна система управління фірмою, підприємством, будь-якою сферою послуг, що діє в умовах ринкової економіки, припускає створення умов, необхідних для їх ефективного функціонування і розвитку виробничо-господарської діяльності. Особливість сучасного менеджменту полягає в його спрямованості на забезпечення раціонального ведення господарювання на рівні фірми в умовах дефіцитності ресурсів, на досягнення високих кінцевих результатів з мінімальними витратами, оптимальної адаптації фірми до нових ринкових умов [5].

Менеджмент повинен розвиватися по наступних основних напрямках:

1. Раціональне поєднання ринку і державного регулювання.
2. Широке використання стратегічного планування і управління в діяльності організацій.
3. Постійне коректування цілей організації як реакція на зміни зовнішнього середовища.
4. Досягнення стратегічної і оперативної мети організації за рахунок оптимального розподілу матеріальних, трудових і фінансових ресурсів по основних напрямках діяльності організації.
5. Розробка нових методів і прийомів управління, що дозволяють організації гнучкіше адаптуватися до змін зовнішнього середовища.
6. Різке підвищення рівня кваліфікації і мистецтва менеджерів в управлінні організацією.
7. Використання в практиці управління оптимальних рішень, прийнятих на основі ретельного аналізу альтернативних варіантів рішення проблеми.
8. Вдосконалення структур управління за рахунок більшої децентралізації функцій.
9. Постійна турбота про підвищення кваліфікації працівників організації.
10. Максимальне використання інновацій, економіко-математичних методів, ЕОМ.



11. Розвиток інформаційних систем, широке використання глобальних інформаційних мереж.

12. Залучення співробітників до управління організацією[5].

В даний час спостерігається розбалансованість всього механізму управління. Вітчизняний менеджер в своїй практичній діяльності стикається з такими проблемами, які зовсім незнайомі західному менеджеру. Тому в умовах, що створилися, особливе значення набуває отримання нового знання по мистецтву управління. Отже, перед сучасним менеджментом стоїть ряд проблем, і тільки при вивченні і детальному розгляді яких можливо знайти вихід з ситуації, що склалася [1].

Сучасна діяльність підприємства припускає цілий комплекс організаційних, правових, економічних, технологічних, інформаційних і кадрових складових, які в своїй сукупності приводять до інновацій. Управління сучасною діяльністю сприяє виробленню стратегії інновацій, а також прийомів, направлених на втілення інновацій в життя. При виборі стратегії конкретизується загальний напрям і методи досягнення поставленої мети. Тактика сучасного менеджменту дозволяє вирішувати конкретні задачі в процесі досягнення головної мети. У нашому випадку це система управління людськими ресурсами, що включає стратегію розвитку персоналу, планування розвитку персоналу, оцінку і мотивацію праці, тобто ефективність управління процесами сучасної діяльності залежить від відповідного кадрового забезпечення [3]. В Україні, як теорія, так і практика менеджменту достатньо не вивчені, в зв'язку з цим подальше вивчення шляхів розвитку і вдосконалення менеджменту в умовах економічних перетворень в економіці набуває величезного значення.

Таким чином, розвиток менеджменту на сучасному етапі повинен базуватися, перш за все, на ефективному кадровому забезпеченні, а також організаційному, правовому, економічному, технологічному, інформаційному і ін.

Список використаних джерел:

1. Менеджмент и его проблемы. URL: http://www.adload.ru/page/eco_03-0414_976.htm
2. Крутик А.Б. Малое предпринимательство и бизнес-коммуникации. СПб. : Бизнес-пресса, 2016. 295 с.
3. Афоничкина А.И. Основы менеджмента/ под ред. А.И. Афоничкина. СПб.: Питер, 2017. 528с.
4. Худавердієва В.А. Розробка і проблеми реалізації стратегії розвитку підприємства. *Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті*: Збірник наукових праць Одеська державна академія будівництва та архітектури. Одеса. 2020. С.380-386.
5. Орлов А.И. Менеджмент. ИНФРА-М, 2015. 341 с.





ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Ділове адміністрування, що часто на практиці називають бізнес-адмініструванням, з розвитком економіки, отримало велике значення на всіх стадіях існування бізнесу, – від започаткування до розвитку і зростання, від періодів підйому до моментів спаду. Нові тенденції в економіці України вимагають іншого підходу до організації управління на підприємствах, змушують менеджерів відходити від затеоретизованих підходів і знаходити інші важелі досягнення результатів бізнесу. Сучасний менеджмент, який знаходиться під впливом інтернаціоналізації і глобалізації, враховує не лише ситуацію на внутрішніх ринках і потреби внутрішніх споживачів і інвесторів, а й інших географічних ринків і залежить від можливостей інвестиційного процесу і рівня складності ресурсного забезпечення. Тому менеджмент організації повинен відрізнитися універсалізмом і глобальним поглядом на процеси в організації. При цьому необхідно враховувати як рішення стосовно однієї проблеми чи задачі вплине на інші сфери діяльності організації [1].

Попит на впровадження бізнес-адміністрування в середовище організації обґрунтований необхідністю розуміння принципів бізнесу, основних цілей організації на підставі правильного визначення пріоритетів в поєднанні з всебічним розвитком особистих навиків учасників управлінської команди у форматі реального бізнес-середовища [2].

Сучасний менеджер повинен володіти не тільки фундаментальними основами менеджменту, але й уміти адаптуватися і раціонально реалізовувати управління в сучасній економіці, швидко пристосовуючись до інноваційних змін. Так, наприклад, застосування нової моделі менеджменту в діяльності відкриває нові можливості для діяльності не тільки самих менеджерів, але і для роботи персоналу в цілому. Тому однієї з основних проблем, що стоїть в процесі розвитку сучасного управління, є проблема універсального менеджера, який в умовах інноваційної і глобалізуючої економіки здібний до чіткого і раціонального управління з прийняттям на себе відповідальності за ухвалені управлінські рішення [3].

При розгляді даної проблеми, виділимо основні проблеми менеджменту на сучасному етапі. Звичайно, їх немало, але ми розглянемо чотири:

1. Проблема якості. Дана проблема дуже актуальна, оскільки в країні малий відсоток людей мають реальний практичний досвід у сфері менеджменту;
2. Проблема корумпованості вітчизняної економіки на всіх рівнях. На жаль, в умовах вітчизняної системи господарювання на сучасному етапі ще існують моменти «рішення проблем» відповідним чином;
3. Проблема збільшення чисельності державних чиновників при



постійному скороченні апарату управління. При даній проблематиці гостро відчувається брак професійних кадрів, особливо з числа топ-менеджерів. В даному випадку: кількість - ніяк не означає якість;

4. Проблема сучасного менеджменту в умовах глобалізації. На теперішній час система управління України не може конкурувати із зарубіжними [4].

Управління в наш динамічний час є складною роботою, яку не можна виконати успішно, керуючись простими сухими заученими формулами. Керівник повинен поєднувати розуміння загальних істин і значущості численних варіацій, завдяки яким ситуації відрізняються одна від одної. Керівник повинен розуміти і враховувати, як внутрішні, критичні чинники організацій (внутрішні змінні), так і ті, що впливають на організацію із зовні (зовнішні змінні), а також враховувати вплив організації на суспільство[5].

Цікаво відзначити те, що сила сучасного менеджменту, його ядро, полягає з одного боку, в тому, що він бере свій початок від людини, його потреб і цілей, від перетворення знань, досвіду і досягнень науково технічного прогресу в продуктивну силу. З іншого боку, рушійна сила сучасного менеджменту, як видима, так і невидима полягає в творчому застосуванні інформаційних технологій. Побудова ефективної системи управління вимагає підготовки достатньої кількості менеджерів-професіоналів, які повинні володіти наступними навичками:

- менеджер-професіонал повинен бути різносторонньо розвиненою, творчою і ініціативною людиною високої кваліфікації, що уміє управляти людьми для досягнення мети організацій;

- менеджер - професіонал одночасно повинен бути не тільки керівником, але і лідером, хорошим організатором, експертом в постановці завдань, другом для людей, що знаходяться у нього в підпорядкуванні;

- менеджер-професіонал повинен добре орієнтуватися в проблемах ринку.

Тільки в цьому випадку менеджер сприятиме досягненню стратегічної і тактичної мети організації.

Розуміння сутності, принципів бізнес-адміністрування організацій в ринкових умовах дає з однієї сторони чітке уявлення про складність задач, які постають перед підприємствами в сучасних умовах господарювання, а з іншої, – дають змогу використати бізнес-адміністрування, як інструмент менеджменту для функціонування малих підприємств України за умов фінансової кризи, обмеженості матеріальних і фінансових ресурсів, входження у світову економічну систему як рівноправних і професійних партнерів і достойних конкурентів [4].

Виходячи з цього, можна зробити висновок, про те, що на макроекономічному рівні управління повинне враховувати глобальні процеси, пов'язані становлення світової економічної системи і загостренням суперечностей з навколишнім середовищем і інтересами майбутніх поколінь. Концепція стійкого розвитку, що знаходить все більше визнання в світі,



вимагає переглянути і систему цінностей, яка лежить в основі цілеполагання, і тим більше, чим вище рівень управління. Традиційні ціннісні критерії суспільства приватного споживання (особистий успіх і багатство, прибуток і т.д.) приходять в суперечність з вимогами збалансованого розвитку економіки і самої людини з навколишнім середовищем. Для вирішення проблем управління необхідно: призначення відповідних людей; переглянути систему цінностей; вибір успішніших партнерів; налагодити взаємовідносини із зацікавленими групами [2]. Істотними недоліками розвитку менеджменту на вітчизняному ринку є наступні: невисокий рівень спеціалізації управлінських функцій; труднощі аналізу і оцінки зовнішнього середовища підприємства і складності з пошуком ресурсів для його розвитку; складності з формуванням ефективної структури управління; труднощі із створенням і підтримкою сприятливого клімату в колективі; проблеми стимулювання продуктивної роботи підлеглих; проблема вибору стилю керівництва; відсутність стратегії в кадровій політиці підприємства і ін.[5].

Впровадження системи менеджменту, здатне привнести організації практично будь-якого профілю, широкий спектр переваг. Необхідно відзначити, що ці прояви впровадження системи менеджменту можуть і повинні бути взаємозв'язаними із системними і ризиковими змінами. У сукупності вони приводять до ефекту синергії: в кращому разі система менеджменту запускає механізм послідовного поліпшення в організації, сприяючи вдосконаленню стійкості, результативності і ефективності компанії в цілому.

Список використаних джерел:

1. Войнаренко М.П., Костюк О.М. Сутність та принципи бізнес-адміністрування на підприємствах / *Економіка: реалії часу*. 2018. №4(9). С. 45-52.
2. Худавердієва В.А., Бацинко В.І. Економічна складова соціального розвитку та аспекти його стратегічного управління / *Вісник ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом» Львівський інститут* // 2019. С.81-86.
3. Шаталов М.А., Мычка С.Ю. Проблемы современного менеджмента в условиях инновационного развития региона// *Наука*. 2014. № 4. С. 48-51.
4. Худавердієва В.А., Миколюк О.О. Ефективна соціально-економічна система як запорука стійкого розвитку. *Теоретичні та практичні питання узгодження інтересів розвитку територіальної системи: Збірник наукових праць ХНУ ім. В.Н. Каразіна*. Харків. 2020. С.104-107.
5. Модернізація механізмів розвитку малого та середнього бізнесу: монографія / [А.І. Бутенко, М.П. Войнаренко, В.І. Ляшенко та ін.] ; Нац. акад. наук України, Ін-т економіки пром-сті, Донец. облдержадмін. та ін. Донецьк : ІЕП, 2018. 325 с.





ПРОБЛЕМИ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ І ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ В УМОВАХ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Бізнес-адміністрування - це діяльність, спрямована на системний підхід до покрової та узгодженої організації всіх процесів господарської діяльності та аспектів функціонування підприємства з метою ритмічної роботи організації, задоволення потреб споживачів та дотримання високих темпів зростання обсягів реалізації, формування та дотримання позитивного іміджу підприємства, ефективного використання всіх видів ресурсів, взаємодії з громадськими, профспілковими та державними установами, забезпечення мотивації удосконалення професіоналізму та умов для кар'єрного зростання працівників в процесі досягнення цілей діяльності організації та зростання вартості компанії [1].

Порівняно із західним світом, досвід управління в країні на сучасному етапі має невелику практику менеджменту в умовах ринкової економіки. Даний досвід базується на синтезі і інтерпретації зарубіжної практики при огляді на особливості менталітету і економічної структури країни. І, оскільки закони економіки залежать від волі і поведінки людей, правильності ухвалення ними рішень, то проблеми в сучасному менеджменті, правильність прийняття є одними з головних питань на сьогодні. Тому особливо важливо не копіювання «» іноземного досвіду і напрацювань, а правильний синтез і вибірка найбільш вдалих і перспективних навиків з урахуванням специфіки вітчизняного менеджменту [2].

У сучасному світі позиція менеджера розглядається як, знаходження людини на керівній посаді будь-якого рівня управління в будь-яких підприємствах, організаціях, установах і фірмах, яка в своїй діяльності (успішній і продуктивній) керується необхідними базовими знаннями у області теорії і методології управління персоналом.

Управління в організації грає ключову роль, оскільки без даних заходів організація діяльності підприємства не має майбутнього. Проте при всьому різноманітті взаємодії менеджменту і організації можна достатньо чітко визначити межі діяльності, яка складає зміст менеджменту, а також виділити його окремі види [3]:

1) Виробничий менеджмент - це комплексна система забезпечення конкурентоспроможності товару, що випускається, на конкурентному ринку. Вона включає питання побудови виробничих і організаційних структур, вибору організаційно – правової форми управління виробництвом, збуту і фірмового обслуговування товару відповідно до попередніх стадій життєвого циклу.

2) Фінансовий менеджмент - це комплексна система стійкості, надійності і ефективності управління фінансами. Вона включає формування і планування



фінансових показників з дотриманням наукових підходів і принципів менеджменту, балансу доходів і витрат, показників ефективності використання ресурсів, рентабельності роботи і товарів.

3) Інноваційний менеджмент - це комплексна система управління інвестиціями, власниками, що вкладаються, в розвиток всіх видів інновацій. Вона включає побудову організаційних структур, вибір напрямів інновацій, оптимізацію інвестицій, різні аспекти управління персоналом.

Крім приведених видів спеціального менеджменту в даний час існують інші види [4]:

- 1) менеджмент соціальної сфери;
- 2) банківський менеджмент;
- 3) податковий менеджмент;
- 4) організаційний менеджмент;
- 5) міжнародний менеджмент;

б) менеджмент по персоналу і ін. На сучасному етапі менеджмент як наука постійно змінюється, додаються нові компоненти, нові тренди. Завданнями менеджменту як науки є розробка, експериментальна перевірка і застосування на практиці наукових підходів, принципів і методів, що забезпечують стійку, надійну, перспективну і ефективну роботу колективу (індивідуума) шляхом випуску конкурентоздатного товару [5].

Бізнес-адміністрування, як мистецтво управління бізнесом в умовах мінливого конкурентного середовища, стало актуальним в Україні зовсім недавно. Термін «бізнес-адміністрування» складається з двох понять, які, на перший погляд, не можуть бути поєднаними у процесі функціонування суб'єктів господарювання в ринкових умовах. Бізнес, якщо його розглядати як підприємництво – це економічна діяльність суб'єкта в умовах ринку, що приносить дохід від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг. Адміністрування – це термін, який поширюється на управління державними установами, або для позначення процесів керування діяльністю апарата управління підприємства передбачає чітку організацію процесів та контроль. У менеджменті термін адміністрування означає професійну діяльність менеджерів організації або державних службовців, що спрямована на втілення в життя рішень керівництва, тобто реалізація поставлених задач і пошук оптимальних шляхів їх вирішення [1].

Але бізнес є поняттям більш широким і багатогранним ніж підприємництво. Бізнес характеризує сферу діяльності суб'єкта господарювання і його економічні інтереси (промисловий, торговельний, сільськогосподарський, фінансовий, банківський, сфера послуг), величину та обсяг діяльності (дрібний , великий, середній). Крім того, якщо суб'єктом підприємництва є саме підприємство, то суб'єктами бізнесу виступають не лише підприємства, але й споживачі продукції і послуг, державні установи, що здійснюють регуляторні і контролюючі функції, працівники підприємств [3]. В свою чергу адміністрування є одним з багатьох інструментів менеджменту, що



дозволяють організації досягати поставлених цілей найбільш ефективним способом.

Одним з методів підвищення ефективності сучасного управління є впровадження і застосування в організації креативного менеджменту. Так, креативне управління ставить перед собою певну мету для підвищення ефективності функціонування підприємства у вигляді:

- оволодіння працівником (менеджером) певними знаннями, забезпечення його актуальною, своєчасною, а також правдивою інформацією; мотивація людини до творчого мислення, креативності в роботі; гарантувати права співробітника на результати своєї інтелектуальної діяльності; забезпечення прав і інтересів підприємства як економічної системи, що наділила співробітників необхідними ресурсами для здійснення креативного управління [4].

Всі виникаючі в процесі управління проблеми необхідно вирішувати. Для всіх проблем, окрім унікальних, необхідно застосовувати загальні рішення, наприклад, із застосування загальних правил і методів менеджменту. При правильному формулюванні і функціонуванні механізму рішення проблем певну конкретну проблему можна перемогти стандартними способами, в яких би проявах дана проблема не виникала [5].

Звідси витікає, що менеджмент також є формою внутрішньою соціально-психологічною програмою, тому необхідно аналізувати всі аспекти менталітету країни, особливо на регіональному рівні з метою реалізації ефективної діяльності підприємства, а також успішної управлінської політики. Таким чином, потрібно детально вивчати і аналізувати завдання менеджменту, особливо на сучасному етапі, детально планувати стратегію розвитку і тільки потім втілювати її в життя. Також потрібно вести активну підготовку фахівців, щоб досягти значних успіхів не тільки на теоретичному, але і на практичному рівні.

Список використаних джерел:

1. Войнаренко М.П., Костюк О.М. Сутність та принципи бізнес-адміністрування на підприємствах / *Економіка: реалії часу*. 2018. №4(9). С. 45-52.
2. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс/ пер с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб.: Питер. 2013. 496 с.
3. URL: [http:// www.newmanagment.ua](http://www.newmanagment.ua)
4. URL: [http:// www.businesspravo.ru/Docum](http://www.businesspravo.ru/Docum)
5. Худавердієва В.А. Правові основи забезпечення національної безпеки України/ *Інструменти регулювання національної економіки та національної безпеки в умовах сучасних глобальних викликів: Збірник наукових праць ХНУ*. 2020. С.46-47.





ЕФЕКТИВНІСТЬ БІЗНЕС – АДМІНІСТРУВАННЯ І КРИТЕРІЇ СУЧАСНОЇ МОДЕЛІ МЕНЕДЖМЕНТУ І МЕНЕДЖЕРА

Підприємства України поступово займають стабільні позиції на міжнародних ринках. В свою чергу, зарубіжні компанії намагаються проникнути на ринок України. Тому бізнес-адміністрування потрібно також орієнтувати на міжнародний менеджмент. Попит на професіоналізм у цій галузі зі знаннями у базовій теорії на суворим практичним спрямуванням стає запорукою успішного функціонування організацій на внутрішніх ринках і глобальному бізнес-середовищі [1].

Ефективність бізнес – адміністрування визначається можливістю оцінки і контрольованості параметрів діяльності всіх учасників господарських процесів в організації. Чітко встановлені функціональні обов'язки, терміни виконання, кількісні та якісні характеристики поточних і кінцевих результатів діяльності, встановлення об'єктивного, зрозумілого і прозорого порядку заохочень і є надійним і переконливим інструментом гарантованого досягнення задач організації. В сучасних умовах стрімкої динаміки впровадження інформаційних технологій та використання Інтернету в процесі функціонування підприємством, орієнтація на зміну конкурентного середовища і розвиток технологій, є не тільки вимогою часу, а й поштовхом для виходу на нові ринки, шляхом швидкого отримання і донесення інформації про продукцію або послуги. Зростання швидкості обміну інформацією всередині організації, та безпосередньо організації із зовнішніми контрагентами, дає змогу в процесі бізнес-адміністрування відсортовувати, фільтрувати не обхідну інформацію, і, аналогічно пазлу, скласти чітку картину поточної ситуації для подальшого прийняття рішень [2].

Управління персоналом (від англійського Human Resources Management, HR-менеджмент, HRM) – це невід'ємна частина якісних систем управління організації. Управління персоналом є областю знань і практичної діяльності, направленої на забезпечення організації якісним персоналом, здатним виконувати трудові функції, покладені на нього, ефективно і в оптимальні строки. Головна функція управління персоналом – дія на людську складову, тобто на кадрові ресурси організації, орієнтовану на приведення у відповідність можливостей співробітників організації, і її цілей, стратегій і умов розвитку [3].

Поза сумнівом, в менеджменті існує ряд численних проблем, що вимагають рішення, але в рамках даної публікації їх обійняти не представляється можливим, тому розглянемо ще декілька видів проблем, з якими можуть зіткнутися менеджери в своїй діяльності, це:

- загальні проблеми, які властиві для підприємства або галузі в цілому;
- загальні проблеми, що відносяться до окремого підприємства, але не



знайомі для галузі;

- унікальні проблеми, з якими підприємство або галузь стикаються вперше;

- проблеми з явною унікальністю, тобто на перший погляд вони здаються винятковими, але на практиці володіють первинними ознаками загальної проблематики [4].

Дослідження останніх років є значним внеском у розвиток теорії управління. Проте, економісти відзначають, що навіть з приватизацією значної частини реального сектору економіки немає зрушень в економіці країни у зв'язку з відсутністю якісно нового типа управлінця-менеджера. Також питання розвитку менеджменту, його особливості в умовах економіки, що трансформується, визначення підходів і критеріїв ефективності менеджменту, залишаються недостатньо вивченими. Стан сучасного менеджменту в країні указує на те, що в теорії менеджменту відібране те раціональне, що було досягнуто на попередніх фазах розвитку. Тому можна говорити, що сучасна теорія менеджменту включає як елементи тейлоризму, так і елементи «руху за гуманні відносини» і адміністративно-бюрократичний підхід [5].

Враховуючи світовий досвід, що свідчить про наявні моделі менеджменту, дослідження показало існування певних загальних закономірностей розвитку, хоча в практиці менеджменту розрізняють три моделі менеджменту: американська, японська, європейська. В цілому, система менеджменту повинна оцінюватися з погляду того, як вона дозволяє країні ефективно мобілізувати особовий і суспільний потенціал для реалізації постійного зростання виробництва і підвищення ефективності діяльності організації. Для того, щоб оцінити, наскільки кожна з існуючих моделей відповідає інтересам організації і економіки держави, вченими була зроблена спроба, сформулювати ряд критеріїв сучасної моделі менеджменту, які полягають в наступному:

- менеджмент повинен бути пов'язаний з суспільно-економічним устроєм країни, відображати історичні особливості, культуру і суспільну психологію;
- система управління персоналом - це система, в якій успіх фірми зв'язується з гармонією людських відносин усередині фірми;
- система контролю - система, що забезпечує відповідність результатів цілям організації;
- система управління якістю - система, сприяюча підвищенню конкурентоспроможності організації [5].

Також в даний час однією з насущніших проблем виступає проблема управління персоналом підприємств, брак кваліфікованих професійних кадрів, що часто не дозволяє ефективно реалізовувати ті цілі і задачі, які стоять перед підприємством, і не дозволяє вирішувати завдання і проблеми значущого характеру. Сучасний управлінський світ різноманітний і залежить від безлічі чинників і завдань, що стоять перед ним на сучасному етапі [4].

Самі менеджери при рішенні даних проблем в першу чергу виділяють



уміння працювати в команді, стратегічне бачення, здатність управляти змінами, ухвалювати рішення в умовах невизначеності. Тим часом, завданням самих менеджерів повинно стати створення в суспільстві позитивного образу професійного керівника. Реалізація цієї ідеї не буде легкою, оскільки є не тільки сили, що протистоять їй, але і об'єктивні причини, що викликають нерозуміння цієї концепції і її відторгнення значною частиною суспільства.

Відзначимо той факт, що як інструмент створення цього позитивного, конструктивного образу, а в ширшому розумінні - специфічної мотивації населення, можуть виступити декілька історій із життя - не обов'язково історій великого успіху. Таким чином, одна з основних проблем, яка стоїть на шляху розвитку сучасного менеджменту – це проблема самої людини, проблема універсального управлінця з його соціальними характеристиками і техніка з її недосконалістю і постійним доопрацюванням. Це лише одна з основних частин, окрім цього, присутня безліч інших речей [4].

Ефективний менеджмент персоналу на підприємстві на сьогодні не можна представити без застосування чітко побудованого механізму компетентності керівника, а також без швидкого моніторингу виникаючих проблем, що дозволяє своєчасно вирішити виникаючі в процесі роботи персоналу складнощі і розбіжності. Безумовно, кінцевою метою менеджменту як практики ефективного управління є забезпечення прибутковості підприємства шляхом раціональної організації виробничого процесу, включаючи управління виробництвом (комерцією) і розвиток техніко-технологічної бази. Отже, найважливішим завданням менеджменту є організація виробництва товарів і послуг з урахуванням попиту споживачів на основі наявних ресурсів [3,5]. При правильному підході до управління персоналом з урахуванням психології менеджменту, поза сумнівом, результатом виступить ефективне функціонування підприємства у всій потужності кадрового потенціалу.

Існує безліч різних методів і способів управління, крім того, з розвитком науки і інформаційних технологій існують спеціальні програмні забезпечення, сприяючі в допомозі ухвалення рішень. Так, маючи навіть старі моделі управління, безумовно, можливо управління сучасними підприємствами враховуючи технічний прогрес і досягнення [5].

Список використаних джерел:

1. Худавердієва В.А. Правові засади забезпечення реалізації підприємництва в сільському господарстві. *Проблеми та перспективи розвитку підприємництва. Вісник ХНДАУ*. 2020 . С. 20-22.
2. Войнаренко М.П., Костюк О.М. Сутність та принципи бізнес-адміністрування на підприємствах. *Економіка: реалії часу*. 2018. №4(9).С. 45-52.
3. URL: <http://www.ecsoman.edu.ua>
4. URL: <http://jurnal.org/articles/2013/ekon8.html>
5. Мычка С.Ю. Методика повышения эффективности менеджмента персонала на основе диверсификации в современных условиях // Материалы XVI научной конференции студентов и аспирантов сборник статей. 2015. С. 168–271.



Chaban A., Bachelor's degree,
Educational and professional program Management,
Supervisor – **Zaika S.**, Ph.D., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of
Management, Business and Administration,
State Biotechnological University

FEATURES OF THE DIGITAL ECONOMY

An effective way to stimulate economic development, increase the level of integration of social processes, and improve the competitiveness of the national economy in the growing role of knowledge and information in socio-economic processes is the development of information space. Information technology is expanding its impact on more and more areas of activity, creating space for the development and improvement of economic processes, which is the basis for today's global digital economy.

The global trend is the dynamic development of the digital economy. While the progressive world powers are introducing large-scale digitalization of all spheres of the economy, Ukraine is lagging in this aspect [1].

Digitalization of the economy, which is based on a qualitatively new type of information and telecommunication technologies, is the most important modern sign of sustainable economic development of the country. There are objective reasons for this:

- penetration of computers in all spheres of life;
- widespread use of mobile devices;
- growing network interaction in society.

At present, such terms as "fintech", "food tech", "agrotech", "crowdsourcing", "big data", etc. are firmly established in the economic vocabulary. For developing countries, the accelerated reorientation of the economy to a digital way of functioning, which is based on the use of sensory technologies, big data analysis technologies, etc. in all sectors of the economy, has become an urgent task.

In Ukraine, digitalization in the potential of opportunities can become a basis for stimulating economic growth, the basis of a new path of development in terms of depletion of traditional raw materials for the domestic economy. The key to the success of digital modernization of the economy is a comprehensive study of the digitalization process [3].

The term "digital economy" appeared at the end of the last century and quickly became widespread. The advantages of digitalization include the following:

- virtual nature of economic relations;
- lack of physical weight of products, the equivalent of which will be the amount of information;
- low level of costs for the production of electronic goods and less space that will be occupied by electronic means and media;
- instant global data exchange via the Internet;
- the emergence of new digital currencies [2].



One of the important features of the digital economy is the inclusion in the list of factors of production, in addition to the three main - labor, capital, and land - knowledge and information obtained by industrial society. Digitalization of key economic activities, including the production, distribution, and consumption of goods and services, is another key feature of the digital economy [3].

Thus, the digital economy should be understood as socio-economic processes that are largely based on data transmission, which due to the possibility of their generation, analysis, and subsequent decision-making become a valuable resource.

The main features of the digital economy include:

- rapid development;
- changing the nature of the search, retrieval, and processing of information;
- the intensity of use of innovations, creation of cloud technologies, technologies of artificial intelligence and high-performance calculations;
- the tendency to personify marketing, taking into account the preferences of a particular consumer;
- formation of unique opportunities for enterprises to move to a qualitatively new level of efficiency of economic activity;
- increasing the requirements for specialists, changes in the structure of employment in the economy [1-4].

For Ukraine, the accelerated reorientation of the economy to a digital way of functioning is becoming the main task of sustainable development.

The digital economy can be defined as an economy based on data transmission, which due to the modern capabilities of their generation, analysis and subsequent decision-making become a valuable resource. Digitization is provided in the information environment by means, tools, and objects of information infrastructure. Thus, the development of the digital economy in Ukraine requires the digitalization of business processes by enterprises of all spheres of activity.

Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends in the development of services in the conditions of digitalization of the economy // *Цифрова економіка як фактор економічного зростання держави: колективна монографія* / За заг. ред. О.Л. Гальцової. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 258-281.

2. Загарій В.К., Ковальчук Т.Г., Синільник В.В. Пріоритетність розвитку цифрової економіки для України. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Випуск 2 (13). С. 64-68.

3. Коляденко С. В. Цифрова економіка: передумови та етапи становлення в Україні і у світі. *Економіка. Фінанси. Менеджмент: актуальні питання науки і практики*. 2016. № 6. С. 105-112.

4. Малюта Л. Я., Дерманська Л. В. Інноваційно-цифрові перспективи розвитку економіки України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління*. 2019. Т. 30 (69). № 2. С. 55-60.





Черепанова А.М., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Менеджмент підприємства,
Науковий керівник – **Олійник А.С.**, к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту ім. І.А. Маркіної
Полтавський державний аграрний університет

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСАМИ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ

Ефективне виконання роботи співробітниками можливе тільки за умови, коли вони точно знають і розуміють стратегію соціальної відповідальності, здатні позиціонувати її у широкому соціальному, екологічному контексті та бажають її швидкої реалізації. Звідси, головною передумовою успішної реалізації стратегії є навчання та підвищення обізнаності співробітників щодо підходу підприємства до соціальної відповідальності, цілей та проектів.

Соціально відповідальний розвиток передбачає набуття знань зі сталого розвитку, втілення їх на практиці у підприємстві та поза межами з метою удосконалення діяльності, отримання економічних та конкурентних переваг [2].

Екологічний розвиток персоналу передбачає виховання екологічно обізнаних та свідомих співробітників, що піклуватимуться про навколишнє середовище, розумітимуть наслідки своєї діяльності, сприятимуть покращенню екології шляхом результативної розробки інноваційних технологій, що не шкодитимуть зовнішньому середовищу.

Безкорисливо ініціативний, творчий у роботі працівник відповідає всім показникам соціальної відповідальності. Яка є моральною та поведінковою установкою особистості, що спирається на усвідомлення, прагнення і готовність уникнути негативних наслідків. Головною характеристикою соціальної відповідальності є її добровільність. Співробітник приймає її самостійно у якості особистого і універсального боргу.

Соціальна орієнтованість інновацій на поліпшення якості життя та розширення можливостей населення зумовлює нові пріоритети. Під соціальною відповідальністю інноватора доцільно розуміти чесну, але непрозору поведінку учасників інноваційної діяльності, яка впливає на якість життя.

Зміст інновацій відображається на результатах виробничої діяльності персоналу підприємства. Мається на увазі розробку та запровадження інноваційної продукції з метою [3]:

- більшої оригінальності;
- зняття з виробництва застарілої продукції;
- залучення до виробничої діяльності нових ресурсів та технологій;
- освоєння нових методів організації виробництва.

Це у свою чергу, вимагає створення високопродуктивних робочих місць, забезпечення їх кваліфікованими кадрами, здатними працювати у постійно технологічно покращувальних умовах, демонструючи ключові і професійні компетенції з врахуванням вимог і специфіки інноваційних процесів [1].



Впроваджуючи на підприємстві системи стимулювання за знання та професіоналізм, треба виходити з того, що ці системи не враховують фактичних результатів роботи кожного окремого працівника. Вони зорієнтовані на освітній потенціал особистості, а не на результати його праці.

Отже, удосконалення управління процесами розвитку персоналу передбачає покращення організаційної структури управління, подолання недоліків та зміцнення переваг структури, формування інтелектуального капіталу, створення програми для залучення науковців для розробки нових технологій, впровадження новітніх систем автоматизованого управління.

Список використаних джерел:

1. Пługина Ю. А. Розвиток персоналу підприємства: підходи, сутність, моделі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2013. Вип. 42. С. 323-327.
2. Пермінова Г. В. Аналітично–концептуальні підходи до проблеми корпоративної соціальної відповідальності. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. Політологія. Соціологія. Право. 2013. № 4. С. 81–84.
3. Савченко В.А. Управління розвитком персоналу. Київ: КНЕУ, 2002. 351 с.





Ясінська І. В., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП Облік і оподаткування,
Літинська В. А. к.е.н, доцент,
доцент кафедри управління персоналом і економіки праці,
Хмельницький національний університет

ЗНАЧЕННЯ ПОВЕДІНКОВОЇ ЕКОНОМІКИ ДЛЯ МЕНЕДЖМЕНТУ

Вся економіка спрямована на поведінку людей. Економіка традиційно концептуалізує світ. Стандартна економічна структура ігнорує або виключає практично всю поведінку, яку вивчають когнітивні та соціальні психологи. Колись цього «неповедінкового» економічного агента захищали на багатьох підставах: деякі стверджували, що модель «правильна»; більшість інших просто стверджували, що стандартну модель легше формалізувати і практично більш актуальна. Поведінкова економіка розквітла від усвідомлення того, що жодна точка зору не є правильною.

Стандартна економічна модель людської поведінки включає в себе три нереалістичні риси – необмежена раціональність, необмежена сила волі та необмежений егоїзм – усе це модифікує поведінкова економіка.

Поведінкова економіка – це вивчення психології, оскільки вона пов'язана з процесами прийняття економічних рішень індивідами та установами [1, с.75].

Поведінкова економіка часто пов'язана з нормативною економікою. В ідеальному світі люди завжди приймали б оптимальні рішення, які принесуть їм найбільшу користь і задоволення. В економічній науці теорія раціонального вибору стверджує, що коли людям пропонують різні варіанти в умовах дефіциту, вони вибирають варіант, який максимізує їх індивідуальне задоволення. Ця теорія передбачає, що люди, враховуючи свої переваги та обмеження, здатні приймати раціональні рішення, ефективно зважуючи витрати та вигоди кожного доступного для них варіанту. Прийняте остаточне рішення буде найкращим вибором для особистості. Раціональна людина володіє самоконтролем, не зворушена емоціями та зовнішніми факторами, а отже, знає, що для неї найкраще. На жаль, поведінкова економіка пояснює, що люди не є раціональними і не здатні приймати правильні рішення [2, с. 206].

Поведінкова теорія ігор, новий клас теорії ігор, також може бути застосована до поведінкової економіки, оскільки теорія ігор проводить експерименти та аналізує рішення людей робити ірраціональний вибір. Іншою областю, до якої можна застосувати поведінкову економіку, є поведінкові фінанси, які намагаються пояснити, чому інвестори приймають необдумані рішення під час торгівлі на ринках капіталу [3, с. 235].

Класична економіка спирається на теорію раціонального вибору, тобто, ідея про те, що люди – це раціональні одиниці, які приймають рішення на основі чіткого аналізу витрат і вигод, який визначає пріоритетність рішень, які забезпечують найбільшу користь (тобто прибуток). Іншими словами, раціональність означає дію в незаплямованих власних інтересах. Справді, велика частина економічної теорії та інших традицій у політичній науці,



філософії та соціології спирається на ідею так званого «homo Economicus», що призвело до багатьох основних теорій та припущень, які відображають і відтворюють ці припущення.

Багато припущень класичної економіки передбачає, що інтереси людей відображають їхні найбільш ймовірні дії, результати та вибір можна передбачити, обставини лише незначною мірою впливають на прийняття рішень, колектив отримує користь, якщо люди поведуться раціонально тощо. Як і інші дисципліни, менеджмент зазнав найбільшого впливу поведінкової економіки.

Ефективні менеджери потребують розумного судження, щоб орієнтуватися у складному світі. Розсудливість вимагає розуміння поведінкових упереджень, які можуть перешкоджати ефективному прийняттю рішень. Це також вимагає фундаментального розуміння сучасного аналітичного інструментарію, який може зменшити ризик помилок і скеровувати управлінські рішення.

Оскільки компанії починають розуміти, що їхні споживачі ірраціональні, ефективний спосіб інтегрувати поведінкову економіку в політику прийняття рішень, що стосується її внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, може виявитися вигідним, якщо буде зроблено належним чином.

Характер поведінки індивіда в будь-якій ситуації формується взаємодією його особистих характеристик і характеристик ситуації як визначення всіх особистих й ситуативних характеристик, так і діагностика їх взаємодії у більшості випадків є досить складним завданням. Тому управління поведінкою необхідно орієнтувати на ситуаційний підхід, ідея якого полягає в тому, що не існує єдиного правильного універсального виду управління для будь-якої ситуації. За умови необхідності зміни поведінки підлеглих керівники повинні бути готовими знайти комбінацію інструментів, адекватних особливості ситуації. Нині ситуаційний підхід отримує все більшу популярність, оскільки практика показала, що при знанні відповідних характеристик роботи й відповідних характеристик працівників, які виконують роботу, існує кілька прийомів управління, більш ефективних, ніж всі інші [4].

Виходячи з вище зазначеного, можна стверджувати, що вирішення проблеми навчання поведінці залежить як від індивідуальних якостей працівника, тобто від його досвіду, вміння адаптуватися до організаційного оточення, так і від організації і її керівника. Подальші дослідження треба спрямувати на аналізі та оцінці інструментів впливу керівника на поведінку персоналу, а саме на комунікаціях, лідерстві, організаційній культурі.

Таким чином, поведінкова економіка є сьогодні досить новим розділом економіки. Незважаючи на це, поведінкова економіка набуває все більше прихильників як в академічному світі, так і серед практиків.

Аналіз різних підходів до проблеми впливу поведінкових факторів в управлінні та менеджменті дає змогу визначити, що реалізація ефектів нерациональності більшості гравців на ринках капіталу приводить до того, що



правила прийняття інвестиційних рішень і, як наслідок, динаміка цін і розподіл прибутковості на реальних ринках істотно відрізняються від моделей ринку, сформульованих у межах класичної теорії. Значущими характеристиками ринків стають наявність «пам'яті ринку», або ефект зворотного зв'язку, надлишкова і недостатня реакція інвесторів на нову інформацію і, як наслідок, висока волатильність ринків. Відповідно виявити основні причини нерациональних дій учасників ринку, можна за рахунок контролю подібних ситуацій, при цьому уникаючи негативних наслідків «неправильної поведінки».

Список використаних джерел:

1. Чернобай Л. Поведінкова економіка: сутність та підходи до визначення. *Психологічні виміри культури, економіки, управління*. 2016. Вип. 8. С. 71–78.
2. Szczepanski, M. The application of behavioral economics to reforming pension systems-evidence from Great Britain and New Zealand. *Marketing and Management of Innovations*. 2018. № 3. С. 201–209.
3. Хміль Ф. І. Основи менеджменту: підруч. К.: Академвидав, 2003. 608 с.
4. Грецька-Миргородська В.В. Формування соціально-орієнтованої економіки: поведінкові передумови аналізу. *Ефективна економіка*. 2018. № 5. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6349> (дата звернення: 09.03.2022).



РОЗДІЛ 7. ТУРИЗМ ТА ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННА СПРАВА





Волченко А.С.,
Глізнуца М.Ю., к.е.н., доцент
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ КОСМІЧНОГО ТУРИЗМУ ЯК ОРГАНІЗАЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ФОРМИ БІЗНЕСУ

Космічний туризм - це оплачуваний із приватних засобів політ у космос або на навколораземну орбіту в науково-дослідних чи розважальних цілях. Початок космічного туризму ознаменував політ Денніса Тіто на борту російського корабля Союз на МКС у 2001 році. Космічний туризм як різновид комерційної космічної діяльності не забороняється жодним із чинних міжнародно-правових актів [1, 2, 3].

Космічний туризм в даний час в достатній мірі актуальна тема, він втратив статус перспективного і чітко закріпився у позитивному сприйнятті. Разом з тим, виникають різні і досить актуальні проблемні питання важливі з погляду відповідальності, правового забезпечення та безпеки пасажирів. Зокрема, дослідження різновидів космічного транспорту, його правового статусу, перебування на космічних станціях, портах і космічних готелях. Незважаючи на непомірну вартість, космічний туризм значно розвивається. На півдорозі між космосом та повітрям суборбітальний туризм не може залишатися легальним НЛО. Тому конче необхідні елементи аналізу правової основи цього туризму нового типу. Мова космічного права така, що вона очікує, якщо не вимагає, щоб тільки країни грали помітну роль у космічному просторі. Зрештою країна відповідають за дії своїх громадян у космосі. І це лише початок термінологічної, ідеологічної та іншої соціально-правової плутанини, яка торкається закону та практики космічного туризму.

Перший наземний апарат проник на орбіту навколо Землі понад півстоліття тому, але з того часу простір залишається строго у сфері національних урядів та професійних астронавтів. Оскільки державні установи, такі як Національне управління з аеронавтики та дослідження космічного простору (НАСА) та Європейське космічне агентство (ЄКА), традиційно були єдиними замовниками розробки космічних польотів, дослідження в інших галузях були обмежені.

Проте, за останні десятиліття концепція доступу широкого загалу до простору для особистих і розважальних цілей посилилася. В даний час поширена думка, що ця пропозиція вийшла з галузі наукової фантастики і швидко стає серйозним претендентом на дослідницькі ресурси.

Термін, пов'язаний із цією концепцією, – космічний туризм. Він втілює ідею про те, що пасажирів, що платять, матимуть можливість подорожувати за межі земної атмосфери і здійснювати орбітальні польоти, тривале перебування в космічних готелях, що обертаються, і брати участь у дослідженнях, розвагах і навіть спорті. Однак важливо підкреслити, що ця концепція вимагатиме зміни



парадигми у сприйнятті простору, що становить не тільки подорож, але також формує пункт призначення.

Також очікується зростання наземних допоміжних послуг. Вони нададуть необхідні засоби підготовки до поїздки (включаючи параболічні та вертикальні польоти на суборбітальних орбітах), стартові майданчики, космічні тематичні парки та, можливо, навіть моделювання віртуальної реальності. Деякі з цих визначних пам'яток вже доступні, і лише у Сполучених Штатах від 10 до 12 мільйонів відвідувачів на рік витрачають на такі визначні пам'ятки близько 2 мільярдів доларів. Це важливий показник потенційного попиту на послуги космічного туризму [1, 2].

Передбачалося, що після повного впровадження космічний туризм принесе сукупний дохід від 20 до 50 мільярдів доларів США. Така сума досить велика, щоб становити значну частину загальних доходів від наземних подорожей та туризму, які останніми роками склали понад 5 трильйонів доларів США. Тому не виключено, що саме він є рушійною силою самовідданості та очікувань тих, хто досліджує та розвиває космічний туризм.

Можна припустити, що попит на космічний туризм, безперечно, існуватиме, астрономічні витрати на дослідження та розробки вимагають однозначного підтвердження цього припущення. У спробі задовольнити цю вимогу було розпочато прогноз потенційного попиту на космічний туризм у національному та міжнародному масштабі. Поштовх для цього дослідження виходить із Японії та, зокрема, під егідою Національної аерокосмічної лабораторії в Токіо, яка провела перше велике дослідження попиту на космічний туризм. Результати показали, що 80% японського населення хотіли б побувати в космосі хоча б раз у своєму житті. Повторення цього опитування у Північній Америці та Канаді показало, що понад 60% всього населення виявляли подібне бажання.

Виходячи з того, що в попередніх публікаціях було наголошено на нестачі досліджень у Європі [4, 5], подальші дослідження були широко представлені і в рамках Європейського співтовариства. Саме вони стали ключовою метою даного дослідження із наміром провести порівнянне дослідження ринку для кількісної оцінки потенційного попиту на космічний туризм в Україні. В рамках даного дослідження проведено порівняння результатів отриманих результатів по Україні та попередніх досліджень для виявлення будь-яких подібностей чи відмінностей. На наш погляд, отримані результати даного дослідження зроблять свій внесок у ті, які нині доступні для інших країн, і нададуть цінну додаткову інформацію, яка допоможе розпочати активний розвиток космічного туризму у всіх країнах [6].

Для оцінки потенційного попиту на космічний туризм в Україні наше дослідження було розподілено за чотирьом основними напрямками.

По-перше, проведено огляд сучасних теорій, що стосуються прогнозування попиту на туризм та визначення основних «детермінант» та «мотиваторів», які можуть впливати на попит на космічний туризм.



По-друге, докладне пояснення методології дослідження, що використовується для оцінки потенційного попиту.

По-третє, кількісна оцінка впливу на попит на космічний туризм із подальшою оцінкою потенційного попиту на космічний туризм в Україні.

І, нарешті, оцінка України як обслуговуючого ринку для космічного туризму, а також оцінка того становища, яке вона може зайняти у майбутній туристичній індустрії космосу. У цьому зв'язку важливим та актуальним є дослідження потенційного попиту на космічний туризм, особливо у Європі та Україні. Космічний туризм нині існує лише як нова концепція та має обмежене офіційне визнання. Тому в цьому дослідженні автори прагнули підкреслити, що теорії та припущення, які представлені в цій роботі, засновані на невеликому діапазоні вихідних матеріалів.

Список використаних джерел

1. Ткачев М.М., Волченко А.С., Перерва П.Г. Правовое обеспечение космического туризма // *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації*: Зб. тез VI Міжнар. наук.-практ. конференції. Кременчук, КрНУ, 2021. С.63-67. URL: http://econ.kdu.edu.ua/sites/default/files/files/zbirnyk_2021.pdf

2. Волченко А.С., Ткачев М.М., Перерва П.Г. Экономические и правовые проблемы космического туризма // *Сучасні технології менеджменту*: матеріали Міжнар. наук.практ. конф. 23 листопада 2021 р. Відп. ред. проф. Л.М. Черчик. Луцьк 2021. С. 31-33. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55616>

3. Волченко А.С., Перерва П.Г. Дослідження ефективності управління підприємствами сільського господарства // *Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої, присвячена пам'яті професора Г.П.Жемели* : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 30 вересня 2021 р. / ред. кол.: В. В. Гангур [та ін.]. Полтава : ПДАУ, 2021. С. 207-210. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/54586>

4. Pererva, P., Kobieliava, T., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)

5. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>

6. Pererva P.G., Kocziszky György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.





ЗАМКОВИЙ ТУРИЗМ – ОДИН З ПЕРСПЕКТИВНИХ ПРОПОЗИЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Сьогодні в туристичній галузі відбувається становлення та розвиток нового напрямку – замкового туризму. При цьому змістове наповнення потоку цієї туристичної діяльності збільшується з метою пізнання пам'яток оборонної архітектури – фортець, замків, оборонних храмів, міських укріплень.

Цей напрямок туристичної діяльності – це один із важливих аспектів нової філософії бізнесу нинішнього інформаційного суспільства, який в умовах змін підприємницького середовища відкриває нові можливості вирішення проблем тайм-менеджменту у всіх його проявах, а саме – дає змогу паралельно та одночасно ефективно реалізувати дві функції: соціального характеру (оздоровчу, духовну та гуманітарну) та професійно-ділову (укладання угод, проведення нарад, вирішення стратегічних завдань тощо) [2]

Замковий туризм є однією з найцікавіших і найскладніших в організації форм культурно-пізнавального туру.

За експертними підрахунками кількість самобутніх замків, палаців, фортець та родових маєтків шляхти, які уціліли до ХІХ ст., обчислюється сотнями. На жаль, націоналізація маєтків призвела до часткового або повного руйнування всіх замкових споруд, шляхом відкриття в них шкіл, будинків культури, лікарень, санаторіїв, адміністрацій тощо.

З метою аналізу сучасного стану та перспективних напрямів використання фортифікаційних споруд та палаців у туризмі, а також для оптимізації територіальної організації туристичної діяльності та зростанню інвестиційної привабливості регіону, замкові споруди класифікують за значною кількістю ознак. Однак для туристичного використання найбільше значення мають наступні класифікаційні підходи науковців до замкового туризму.

Варто відзначити, що за архітектурним стилем: замкові споруди поділяються на: споруджені в давньо руському, готичному, ренесансному, барочному та інших стилях.

Щодо ступеня збереженості, то їх поділяють на незруйновані, що збереглися майже повністю та мають задовільний технічний стан; зруйновані і відновлені, що дійшли до нас з деякими втратами, але технічний стан яких дозволяє їх використання для сучасних цілей; зруйновані і невідновлені, збережені фрагментарно, але окремі споруди яких можна пристосувати до сучасних цілей; зруйновані, що збереглися у вигляді руїн, які не дають уявлення про план споруди і недоступні для огляду.

За цінністю замки мають всесвітнє (внесені у список культурного надбання людства ЮНЕСКО), європейське, загальнонаціональне (державне), регіональне (обласне) значення, яке визначається відповідними установами за допомогою певних критеріїв і методик;



За хронологією замкові комплекси України належать до таких історичних періодів: доба Київської Русі (800—1240 рр.); доба монголотатарського, литовсько го і польського панування (1240—1648 рр.); доба національно визвольної війни та козацької держави (1648—1775 рр.); доба панування Російської та Австро угорської імперій (1775—1917 рр.) [1, с.150]

На основі аналізу історичної цінності оборонних споруд, особливостей їх розташування, характеристики технічного стану, навколишнього ландшафту, особливостей архітектурно планувальних та об'ємно просторових рішень, характеристики сучасного використання, а також економічної доцільності пристосування цих споруд до сучасних реалій усі оборонні споруди нашої держави необхідно розподілити на декілька охоронно функціональних класів.

Проектування турів замками та фортецями має спочатку припускати той факт, що споживчий сегмент такого роду турів дуже вузький і представлений, в основному, школярами та студентами. Основним варіантом таких турів, з погляду вибору засобу пересування туристів, може стати автобусний замковий туризм.

Таким чином, можна зробити висновок, що замковий туризм є унікальним видом туризму. одним із важливих чинників розвитку замкового туризму є ресурсний потенціал.

Список використаних джерел:

1. Рутинський М. Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2007. 432 с.
2. Маркевич М. Замковий туризм Західної України. URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/20970/1/1777-179.pdf>



Гайченко Л. В., здобувач вищої освіти СВО бакалавр,
 ОПП Економіка та організація готельно-ресторанної справи
 Науковий керівник – **Шикіна О. В.**, к.е.н, доцент, доцент кафедри
 туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет

РОЗВИТОК ГОТЕЛЬНОЇ МЕРЕЖІ «REIKARTZ HOTEL GROUP»

Історія компанії Reikartz розпочалась в Україні в 2003 році, коли група бельгійських архітекторів на чолі з Франсуа Рейкарц (Francois Rysckaerts) придбала старовинний особняк в центрі Львова на Друкарській вулиці. Партнери відмітили, що в Україні практично відсутні мережеві готелі європейського рівня 3 і 4 зірки, і з'явився сміливий проект створення української мережі готелів під брендом Reikartz Hotels & Resorts. Франсуа Рейкарц притягнув для роботи в проекті групу інвесторів і увійшов до ради директорів компанії Reikartz Hotel Management як головний архітектор проекту. Першим під ім'ям «Reikartz Карпати» в грудні 2008 року відкрився курортний готель в Жденієво, Закарпаття. Він був вибраний в якості «дебюту» мережі Reikartz Hotels & Resorts завдяки розташуванню в одному з наймальовничіших регіонів країни.

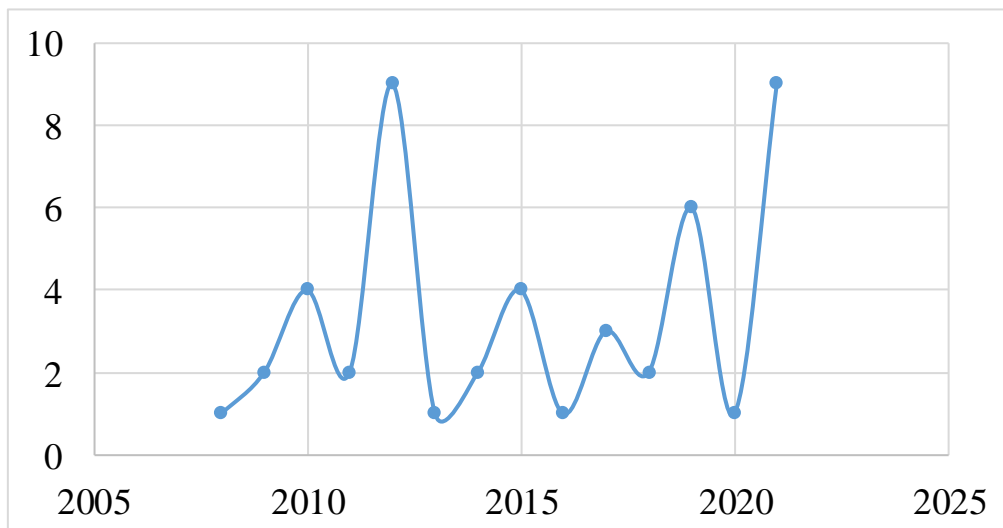


Рис. 1. Динаміка входження оператора на національний ринок готельних послуг

Reikartz Hotel Management – це керуюча компанія мережі готелів, об'єднаних під зонтичним брендом Reikartz Hotel Group – готелі рівня 3, 4 зірки. До напрямів діяльності компанії входять такі послуги як: будівництво, комплектація, операційне управління, продажі і бронювання, PR і реклама, F&B, служба прийому і розміщення, HR Management, IT служба, фінанси і бухгалтерія, безпека, контрольно-ревізійне управління, єдина система адаптації, навчання і розвитку співробітників.

На даний момент п'ять готельних брендів в Україні об'єднані під зонтичним брендом мережі Reikartz Hotel Group. Серед брендів мережі є: Reikartz Collection Hotel, Reikartz Hotels & Resorts, Optima Hotel, Vita Park,



Raziotel. Партнер мережі Reikartz Hotel Group – маркетингова мережа «UA Hotel Alliance», що об'єднує немережеві готелі які представлені двома брендами Alliance City, – міські готелі, які знаходяться в центральних частинах міста, і Alliance Resorts – готелі для спокійного відпочинку на морі, в горах або за містом.

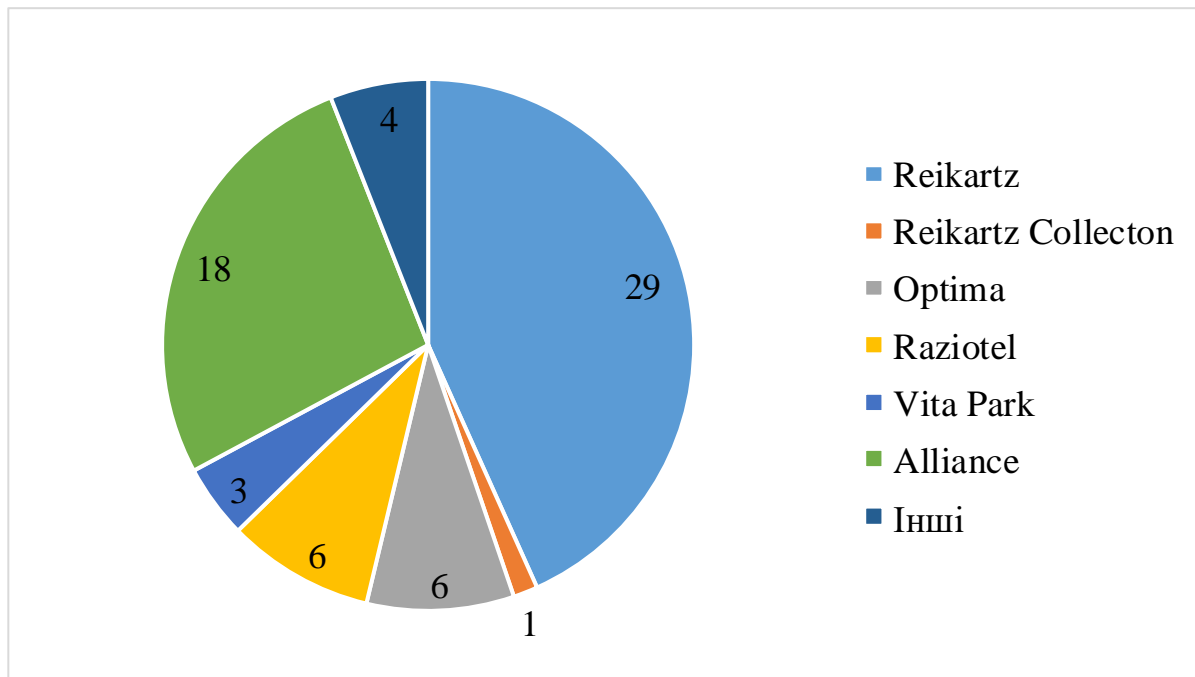


Рис. 2. Питома вага брендів та партнерів у загальній кількості готелів Reikartz Hotel Group

Reikartz Collection Hotel – бренд, що об'єднує готелі рівня 4+ зірок, розташовані у великих містах і курортах України. Це особливі готелі з підвищеним рівнем комфорту і строгою відповідністю європейським стандартам сервісу.

Reikartz Hotels&Resorts – об'єднує готелі рівня 3+ і 4 зірки, розташовані у великих містах і привабливих курортах України.

Optima Hotel – оптимальний готель для кожного мандрівника. Готелі під брендом Optima Hotel запропонують гостям з різним бюджетом найбільш оптимальний варіант по співвідношенню ціна/якість.

VitaPark – це мережа wellness-курортів в найкрасивіших і екологічно чистих місцях України. Курорти пропонують активний відпочинок для усієї сім'ї і оздоровчі процедури за допомогою кращих природних матеріалів.

Raziotel – мережа економічних готелів категорії з зірки для бізнес аудиторії. Слоган нової мережі «Раціональний готель від Reikartz» максимально точно відображує її концепцію – гість Raziotel керується принципом: «Я плачу тільки за те, що мені дійсно потрібно».





Рис. 3 Reikartz Hotel Group на українському ринку готельних послуг на початок 2021 року

На початку 2022 року у Reikartz налічувалось в Україні 40 готелів, а також у Німеччині – 3 готелі, Грузії – 1 готель, Швеції – 2 готелі та Казахстані – 2 готелі.

Список використаних джерел:

1. Мережа готелів Reikartz Hotel Group. URL: <https://reikartz.com/>
2. Герасименко В.Г. Державне регулювання сфери туризму України в контексті процесів євроінтеграції / За заг. ред. В.Г. Герасименко, О.Л. Михайлюк. Київ : ФОП Гуляєва В.М., 2019. 332 с.
3. Шикіна О. В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. №12 (210). С. 82-91.
4. Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Козловський Р. С. Тенденції розвитку європейського ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету*. Науки: економіка, політологія, історія. 2019. № 5 (268). С. 216-233.
5. Інтерв'ю із виконавчим директором Національної мережі готелів Reikartz Hotel Group Андрєм Дема. URL: <http://franchithink.com/ru/spros-na-gostinichnyj-produkt-reikartz-vyshe-chem-skorost-razvitiya-seti-andrej-dema/>





Глізнуца М.Ю., к.е.н., доцент,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
Волченко А.С., завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНЕ ТА МАРКЕТИНГОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОСМІЧНОГО ТУРИЗМУ

Згідно зростаючого характеру економіки для багатьох країн туризм здебільшого був основним джерелом зростання, так як значну частину своєї іноземної валюти країна отримує за рахунок туризму. Зараз одним із найбільш захоплюючих видів туризму, на який з нетерпінням чекає Україна, є космічний туризм. Сьогодні космос – останній рубіж для всіх. Головне питання, яке виникає, полягає в тому, чи можуть космічні закони для такої країни, як Україна, наважитися на розвиток ринку космічного туризму, оскільки спочатку необхідно зрозуміти, як формувати попит на цей туризм, та як космічний туризм може принести нове джерело процвітання системі українського туризму [1, 2].

Прагнення людини підкорювати космічний простір спричинило ряд видатних наукових відкриттів та технологічних проривів, а нині стає мотивацією для розвитку ринку нового виду туризму. Свого часу видатний учений, основоположник сучасної космонавтики, К.Е.Ціолковський пророкував: «Планета є колиска розуму, але не можна вічно жити в колісці... Людство не залишиться вічно на Землі, але в гонитві за світлом і простором спочатку несміливо проникне за межі атмосфери, а потім завоює собі весь навколосонячний простір...» [3].

Перспективи розвитку космічного туризму, на наш погляд, слід розглядати з двох надзвичайно важливих взаємопов'язаних між собою позицій:

- розвиток нового покоління космічних транспортних засобів;
- формування розширеного попиту на послуги підприємств космічного туризму та вартості його послуг.

В даний час розглядається наступне покоління космічних транспортних засобів з екіпажем. Тенденція полягає у дешевшому доступі до космосу за рахунок використання багаторазової ракети-носія (RLV) з можливістю експлуатації авіалайнерів. Хоча така конструкція вимагає дуже високих витрат за розробку, вона єдина, яка обіцяє істотне зниження вартості запуску [4, 5]. З його допомогою можна було зміцнити економічний успіх RLV. Це значно збільшило б імпульс комерціалізації ринку космічних перевезень.

Але проект RLV може досягти своєї мети за низькою вартістю тільки в тому випадку, якщо він зможе досягти високих темпів запуску на рік. На даний час і в середньостроковій перспективі не видно адекватного ринку на підтримку таких високих темпів запуску. Ситуація з пілотованими місіями ще гірша.

Перспективи впровадження технології RLV, а разом із нею і послуг для комерційних космічних послуг, можна охарактеризувати наступним чином:

- високі витрати на використання космічного транспорту призведуть до низького попиту на транспортування;



- низький попит призводить до появи невеликих ринків з низьким оборотом, що не переконає жодну аерокосмічну галузь інвестувати в дорогі розробки нових ракет-носіїв, ні якісь приватні інвестиції;
- витрати на доступ до космосу, залишаються високими, а ринки малими.

Буквально цього року низка космічних чи авіаційних компаній розпочала випробування своїх ракет та космічних кораблів – бо це справді кораблі, які літають у космос чи на навколоземну орбіту – зі справжніми людьми на борту. Хоча це не вперше, коли людина літає в космос, це вперше, коли звичайні люди, тобто технічно не підготовлені космонавти, летять у космос. Може бути важко уявити, наскільки це захоплюючий момент, коли більша частина світу все ще охоплена пандемією, що триває. Але це справді так.

В останні роки дослідження ринку космічного туризму стали систематичними. Перше ринкове дослідження попиту на космічний туризм було проведено в Японії П.Коллінзом у Національних аерокосмічних лабораторіях та Токійському університеті [1, 2]. Зважаючи на обнадійливі результати, було проведено два аналогічні дослідження. Вони були проведені в Німеччині [2] і в США в [2]. Аналогічні дослідження нами проведено і в Україні. Оскільки всі ці дослідження використовували єдині анкети і проводилися протягом короткого періоду часу, можна порівняти їх результати, які найбільш підходять для оцінки глобального попиту на космічний туризм.

На рис.1 показаний базовий рівень інтересу до космічного туризму з розбивкою за віком та країною. У середньому найбільше ентузіастів космічних туристів становлять японці, прибіл. 70%. Схоже, німці не дуже цікавляться космічним туризмом, 43% – це найнижчий відсоток серед провідних країн. В нашій країні до такого виду туризму спостерігається мінімальна зацікавленість.

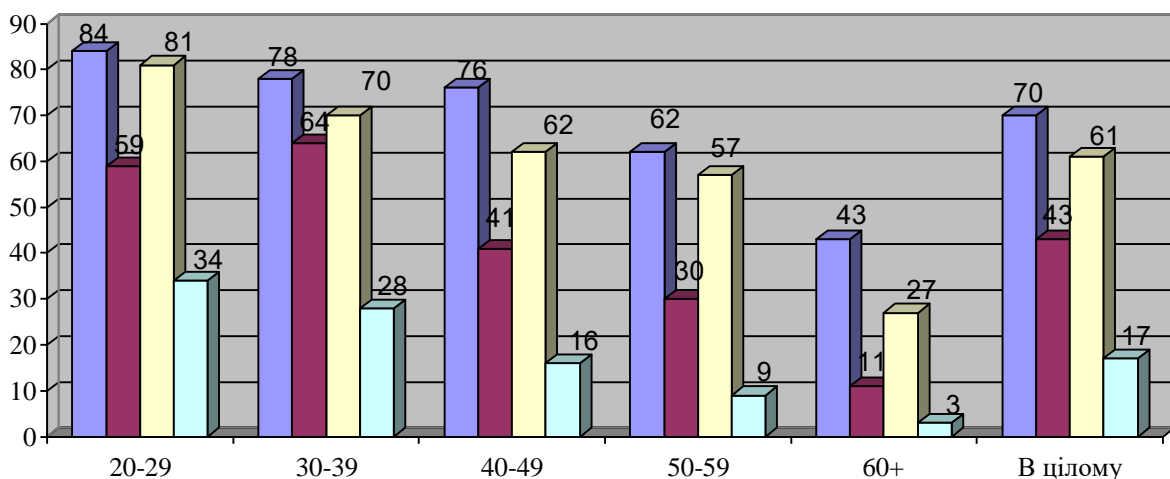


Рисунок 1 – Відсоток респондентів, зацікавлених у подорожі до космосу, за віком та країною (1-й стовпчик – Японія, 2-й – ФРН, 3-й – США та Канада, 4-й – Україна)
 Джерело: дослідження авторів з використанням [1, 2]

Примітно, що 83% усіх українських респондентів заявили, що не хотіли б займатися космічним туризмом, навіть якби це стало реальністю (у розвинених



країнах ця частка значно менша – від 30 до 60%) (рис.1). Оскільки ця група є найбільшою частиною населення, це має викликати занепокоєння в організації, що займаються розвитком космічного туризму. Питання було спрямовано на з'ясування причин, через які ці респонденти не хотіли б займатися космічним туризмом. Основною причиною (до 38%), яку респонденти назвали небажанням подорожувати до космосу, був ризик. Безпека - це проблема, що лежить в основі космічного туризму, і тільки після того, як надійність буде підвищена до тих самих стандартів, що і в авіації загального призначення, стане можливим розвиток масового космічного туризму. Якщо це станеться, то цілком можливо, що ті респонденти, які заявили, що не хотіли б займати площі через ймовірний ризик, зроблять це і збільшать загальний попит.

Підсумовуючи, можна сказати, що кілька опитувань не показують великих відмінностей у суттєвих даних, крім загального інтересу до відвідування космосу. Більше того, з цих результатів видно, що бажання подорожувати до космосу є у всіх культурах. Це дуже обнадіює для перспектив космічного туризму в цілому, тому що це підтримує ідею проведення космічного туризму як глобального підприємства, так що може бути забезпечений достатній попит, особливо на дуже дорогій фазі космічного туризму.

Список використаних джерел:

1. Волченко А.С., Ткачев М.М., Перерва П.Г. Экономические и правовые проблемы космического туризма // *Сучасні технології менеджменту: матеріали Міжнар. наук.практ. конф.* 23 листопада 2021 р. Відп. ред. проф. Л.М. Черчик. Луцьк 2021. с.31-33. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55616>
2. Ткачев М.М., Волченко А.С., Перерва П.Г. Правовое обеспечение космического туризма // *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації: Зб. тез VI Міжнар. наук.-практ. конференції.* Кременчук, КрНУ, 2021. С. 63-67. URL: http://econ.kdu.edu.ua/sites/default/files/files/zbirnyk_2021.pdf
3. Pererva P.G., Kocziszký György, Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer. Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.
4. Pererva, P., Kobieliéva, T., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
5. Pererva P.G, Kobieliéva T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся.* 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>





Грідіна А.О.,

Долина І.В., к.е.н., доцент

Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНІ ТА УПРАВЛІНСЬКІ БІЗНЕС-ЧИННИКИ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Індустрія туризму, відпочинку та подорожей, особливо міжнародних, продовжує щороку зростати. Міжнародний туризм дуже стрімко прогресує. Розвиток міжнародного туризму сприяє економічному зростанню багатьох країн світу. На сьогоднішній час, туризм знаходиться під дією глобалізації та регіоналізації світового господарства. Міжнародний туризм протягом ряду років зростає темпами, що перевищують 6%, багато в чому завдяки зростанню світового добробуту. Очікується, що до 2025 року кількість прибутків іноземних туристів досягне 1,9 млрд. осіб на рік [2-5].

Розвиток туризму визначає можливості для деяких нових напрямків, які поки не окупили себе. Ця тенденція перетворює туризм на найважливішу галузь багатьох країн, що розвиваються. Особливо ці тенденції характерні і для України. Тенденція активного розвитку туризму є результатом впливу таких факторів, як зростання міжнародного бізнесу, світового добробуту, здоров'я та тривалості життя населення тощо, які у сукупності створюють сегмент постійних туристів, що подорожують як з метою бізнесу, так і з метою відпочинку. Внаслідок цього швидко зростає обсяг всіх видів туристських та готельних послуг. Ця тенденція є передумовою розвитку всіх секторів готельного та туристичного бізнесу у майбутньому.

Туризм одна з найбільш прибуткових галузей світової економіки, він входить до числа експортних галузей, поступаючись місцем лише нафтодобувній промисловості та автомобілебудуванню, одним із важливих умов, від яких залежить зростання економіки, зростання конкурентоспроможності країни на світових ринках, покращення добробуту населення.

Сьогодні туризм займає значне місце в міжнародних відносинах. Кожен рік близько 600 млн. людей відвідують різні країни світу у туристичних цілях. Таким чином можна зазначити, що міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й являє собою сферу світової економіки, яка активно розвивається.

Міжнародний туризм - це сфера світової економіки, яка пропонує продукт що має попит на міжнародному ринку і приносить прибутки країні-виробнику. Туристична послуга - це комплекс послуг індустрії гостинності (що містить в собі готельні, рекреаційні, транспортні, страхові, екскурсійні послуги тощо), який надається окремій особі чи групі осіб для задоволення їх потреб, пов'язаних із переміщенням з місця постійного проживання до іншого на певний проміжок часу з метою відпочинку, оздоровлення, навчання тощо [1].



Серед важливих умов розвитку світового ринку туристичних послуг виділяють чинники позитивного та негативного впливу (див. табл. 1) [1-5]:

Таблиця 1

Економічні та управлінські бізнес-чинники впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг

Чинники позитивного впливу	Чинники негативного впливу
Активний розвиток та використання інформаційних технологій та інтернет комунікацій	Відносна закритість економіки низки країн світу та непостійність туристичної політики
Збільшення обсягів національних (державних) та іноземних інвестицій у розвиток міжнародного сегменту туристичної галузі	Зовнішньо-економічна напруженість у міжнародних відносинах
Збільшення доходів населення в багатьох країнах світу	Відсутність розгалуженої системи систематизації та обліку туристичних ресурсів
Стабільність міжнародної політики та міжнародної економіки	Низький рівень розвитку та використання міжнародного сегменту туристичного бізнесу
Активний розвиток тенденцій щодо зменшення робочого та збільшення вільного часу потенційних туристів	Нерозумне використання культурної та історичної спадщини країн з високим рівнем привабливості для міжнародного туризму

Увесь комплекс чинників, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна поділити на дві групи:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (мотиваційні, економічні, політичні, географічні, соціальні, екологічні);
- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (науковий, технічний, інноваційний, інтелектуальний та інші види потенціалу).

До основних економічних та управлінських бізнес-чинників впливу на розвиток світового ринку туристичних послуг слід віднести наступні групи [1].

1. Група політичних чинників:

- політична ситуація;
- законодавче регулювання туристичної діяльності;
- укладання міжнародних договорів, що стосуються туризму;
- розвиток соціального туризму.

2. Група економічних чинників:

- розвиток економіки;
- рівень доходу;
- цінові та загальноекономічні чинники.

3. Група соціальних чинників:

- демографічні процеси;
- міграційні процеси;
- розвиток суспільних відносин.

4. Група географічних чинників:



- особливості фізико-, економіко-, політико-географічного положення країн та регіонів;
- необхідність налагодження зв'язків між ними.

5. Група мотиваційних чинників:

- чинники, які впливають на вибір мети подорожів;
- чинники, які впливають на вибір регіонів подорожів.

Дослідження міжнародного туризму потребує оцінки кількісних показників його розвитку, основу яких лежать статистичні дані. Статистика міжнародного туризму включає два основні розділи: статистика туристських потоків та статистика туристських доходів та витрат. Для кожного з них розроблено перелік основних показників, інформативних та легко вимірюваних. Найважливішими показниками туристських потоків є кількість прибуття (відбуття) і тривалість перебування туристів у дестинації.

Слід зазначити, що у торговельних відносинах між країнами не відображається внесок однієї країни в економіку іншої країни за рахунок туристських прибутків. Це можна зробити лише за допомогою показника платіжного балансу (платіжний баланс відбиває не індивідуальні, а сукупні угоди між цією країною та іншими державами), де виділяються статті невидимого експорту та імпорту, що включають надходження від туризму.

Список використаних джерел:

1. Борисова А.О., Воскресенська О.Є. Сучасні тенденції розвитку міжнародного ринку туристичних послуг // Застосування маркетингових технологій управління туристичними підприємствами. Херсон: ХНТУ. 2018. С.15-18.
2. Грідіна А.О., Волченко А.С., Перерва П.Г. Фактори сучасного маркетингу в туристичному бізнесі // *Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи* : матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф., 27 квітня 2021 р. Харків : ХНУБА, 2021. С. 21-23. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53467>
3. Проскурня О.М., Перерва П.Г., Волченко А.С. Особливості державного регулювання туристичного бізнесу // *Актуальні проблеми сучасного бізнесу: обліково-фінансовий та управлінський аспекти* : матеріали 3-ї Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 17-19 березня 2021 р. : у 2 ч. Ч. 1 / орг. ком.: Л. Б. Гнатишин [та ін.]. Львів : ЛНАУ, 2021. С. 89-91. URI: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/53462>
4. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
5. Pererva P.G, Kobieliava T.O., Tkachova N.P. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10). Ч.2. С.144-149. URI: <http://ir.stu.cn.ua/123456789/15196>
6. Kocziszky György, Pererva P.G., Szakaly D., Somosi Veres M. Technology transfer.- Kharkiv-Miskolc: NTU «KhPI», 2012. 668 p.





ДОСВІД АГРОТУРИЗМУ В ЗАРУБІЖНИХ КРАЇНАХ

Трансформація сфери туризму до рівня світових стандартів є неодмінним прагненням України. Наразі для багатьох держав світу туристична галузь є стратегічним пріоритетом розвитку національної економіки. Однією з форм туризму є агротуризм, що є найдоступнішим видом туризму, зважаючи на ментальність селян. До того ж, агротуризм сприяє безпосередньому контакту з цінностями, які несе в собі сільське середовище.

У зарубіжних країнах сільський агроекотуризм трактується по-різному.

Так, у Литві «сільський туризм – це цілеспрямована рекреаційна діяльність у сільській місцевості та тимчасове проживання приїжджих людей у сільській садибі» [5].

У Латвії діяльність у сфері агротуризму є досить перспективним видом відпочинку. До того ж агротуризм допомагає вирішити проблему безробіття на селі. За останні роки у сільській місцевості майже вдвітьє зросла кількість місць прийому туристів [1].

У Канаді сільський туризм трактують як процес, завдяки якому люди намагаються приваблювати відвідувачів у сільську місцевість, обслуговувати їх в тих місцях [5].

У Швеції замість поняття «сільський туризм» використовується термін «сільська гостинність» [6]. Трактують цього терміну означає, що відпочиваючі можуть займати частину будинку господаря, мати окремі кімнати, проживати в окремому будинку або у наметах на території маєтку.

В Угорщині також використовують термін «сільська гостинність», «сільський туризм». Даний термін означає різновид робіт і послуг, що виконуються (надаються) сільськими жителями у процесі господарювання у власних садибах [6].

У Білорусі існує поняття «агроекотуризм», що пов'язано з проживанням туристів тільки у зелених садибах (житлових будинках) з підтримкою держави тих, хто має житловий фонд для туристів не більше 5 кімнат [2].

У Німеччині концепція агроекотуризму представлена пропозиціями дешевого відпочинку на природі без використання дорогої інфраструктури, проте з наданням комфортних умов проживання.

У Польщі діяльність осіб, що провадять туристичні послуги, не підлягає стягуванню податку на додатну вартість. Взагалі, агротуризм активно розвивається в багатьох промислово розвинених європейських країнах, що пов'язано з прагненням частини міських мешканців на деякий час відпочити від надмірно високих емоційних і екологічних навантажень, що супроводжують їх у великих містах, повернутися до затишку сільського життя. Як бачимо, досвід зарубіжних країн свідчить, що сільський агротуризм є важливим фактором, який здатен забезпечити вирішення таких важливих проблем на селі, як зростання



зайнятості населення, розвиток сільської інфраструктури, отримання стабільних прибутків та поповнення місцевих бюджетів в умовах децентралізації. Хоча поряд із позитивами ведення туристичної галузі на селі є такі проблеми, як транспортна віддаленість осередків відпочинку, занедбаних стан доріг у сільській місцевості, рекреаційна не облаштованість, тобто невідповідність запитам сучасного туриста, низький рівень надання туристичних послуг, низький рівень маркетингу.

Доречі, маркетинг у сфері агротуризму покликаний виявити потреби туристів, створити привабливі для них туристичні послуги, ознайомити потенційних туристів з доступними для них туристичними продуктами, поінформувати їх про місце, де ці послуги можна придбати. Виходячи з практики маркетингової діяльності туристичних фірм світу, використовують «СімР туристичного продукту» [9], такі як продукт, розроблений у відповідності із вивченим попитом, стратегічне планування діяльності фірми, туристичний продукт запропонований у потрібному місці, адресно спрямований відповідному споживачу, до того ж за привабливими цінами, а також грамотно представлений із якісним обслуговуванням.

В Україні до цього часу невирішеними залишаються питання із підготовки профільних фахівців у сфері туризму, навчання і перекваліфікації сільських жителів. У нашій країні відсутня група тренерів, які б на постійній основі здійснювали профільне повне консультування, супровід та навчання зацікавлених осіб.

Останні роки значного поширення набула концепція «зеленої економіки», що ініційована Програмою ООН із навколишнього середовища [1], як стратегічний напрям розвитку галузей, орієнтованих на ресурсозбереження, збереження навколишнього природного середовища та підвищення добробуту людей. Одним із стратегічних напрямків розвитку «зеленої економіки» є створення позитивного екологічного образу України на міжнародному просторі для ефективної інтеграції країни у світове товариство.

В Україні для збереження екології навколишнього природного середовища розроблено системи екологічного маркування садіб під назвою «Зелена садиба», що є членом Європейської федерації сільського та фермерського туризму EUROGITES. Дане екологічне маркування встановлюється на термін 2 роки та підтверджується відповідним сертифікатом. При цьому довілля садиби має бути екологічно чистим та привабливим, а господарі садіб повинні стежити за поліпшенням екологічного стану довілля, сприяти збереженню ландшафтів та іншого біорізноманіття. В Європі найбільшим попитом у туристів користуються екоагросадиби, що знаходяться у чистому середовищі та пропонують екологічно чисті продукти. В Україні ухвалено Закон України «Про основні принципи (стратегії) державної екологічної політики на період до 2020 року» [2], згідно з яким стратегічною метою національної екологічної політики є стабілізація і поліпшення стану довілля для безпечного життя та здоров'я людей.



Хоча на практиці положення даного Закону не виконуються, оскільки відсутня ув'язка фінансування державних екологічних цільових програм з можливостями бюджету, що безперечно заважає досягненню поставлених екологічних цілей. Необхідно зазначити, що на сьогодні важливе місце у розвитку агротуризму належить кластерному підходу, що активізує перетворення аграрного виробництва в диверсифіковану сферу економіки. Крім того, кластерний підхід дозволить забезпечити поліпшення не тільки територіальної, але й соціальної складової на регіональному і місцевому рівнях, врахування мікроекономічної складової функціонування продовольчого ринку, що є вагомим підставою для формування конкурентоспроможності економіки. У системі сільського туризму кластер можна визначити як сконцентровану на певній території групу взаємопов'язаних установ сфери туризму та гостинності та інших, пов'язаних з нею галузей, місцевих органів влади та громадських об'єднань, які взаємодіють і взаємодоповнюють один одного при створенні комплексного зеленого турпродукту території [4].

Хоча успіх агротуризму залежить лише від злагодженої роботи як місцевого населення, так і місцевих та центральних органів влади, громадських організацій та ін.

Список використаних джерел:

1. Вишневська Ю.В. Адміністративно-правові заходи забезпечення діяльності у сфері сільського туризму в Україні: авторефер. дис. канд. юрид. наук: 12.00.07. Національний університет біоресурсів і природокористування України. К., 2011. 20 с.
2. Туристична бібліотека – все про туризм. URL : <http://tourlib.net>
3. Дармостук Д.Г. Державне регулювання зеленого туризму в Україні URL: irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin.exe
4. Rilla E. Agritourizm: unique niches in Great Britain and New England. University of California, San Diego, CA, USA. 1998.
5. Ткаченко Т.І. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. К. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. 537 с.
6. Medlik S. Dictionari of Travel. Tourism and Hospitality. London: Butterworth Heinemann Etd.,1993. P. 43.





РОЗВИТОК РИНКУ ПОСЛУГ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

На сьогоднішній день важливим складником індустрії туризму є харчування гостей. Знайомлячись з визначними пам'ятками місцевості, туристи одночасно хочуть знати про особливості та традиції національної кухні. Гастрономічні традиції є значним ресурсом території, джерелом формування її ідентичності.

Гастрономічний туризм - туризм, коли туристи та відвідувачі, які планують частково чи повністю скуштувати кухню певної місцевості або здійснити заходи, пов'язані з гастрономією, відвідують певні дестинації. Іншими словами, гастрономічний туризм – поїздка з метою ознайомлення з національною кухнею країни, особливостями виробництва та приготування продуктів та страв, а також навчання та підвищення рівня професійних знань. Сьогодні саме гастрономічний туризм став однією з інноваційних сфер туризму, що найшвидше розвиваються. Туризм схильний до процесу глобалізації, в тому числі, на цей процес справило великий вплив Шенгенська угода. Люди шукають у подорожах досвід, заснований на регіональних особливостях та культурі. Гастрономічний туризм також можна розглядати як галузь туризму, спрямовану на розвиток та просування їжі та напоїв як об'єктів залучення туристів [1].

В останні два десятиліття ХХІ століття відносно випадковій спробі аналізу гастрономічного потенціалу території з погляду різних областей гуманітарного знання склалися в єдиний дослідницький напрямок, який отримав назву food studies. Цей напрямок об'єднує істориків, антропологів, етнографів, психологів, соціологів, економістів – все це вказує на те, що їжа є феноменом, який потребує комплексних досліджень, які стали можливими саме після того, як «розірваний» підхід продемонстрував свої обмеження в концептуалізації гастрономічної культури. Водночас феномен гастрономічної культури має велике значення, оскільки виступає як один з базових регуляторів життя.

Туристичний бізнес сьогодні стає дедалі складнішим, позаяк у ньому перетинаються інтереси різних державних підприємств і служб, невирішені остаточно відносини власності, брак ефективності управління галуззю, відсутності розуміння місцевих органів влади у підтримці різних проектів розвитку різних видів туризму. В Україні, з її великою площею і багатою різноманітними природними умовами, туристичні ресурси використовуються недостатньо [2, 3]. Гастрономічний туризм перебуває у стадії зародження і є рідкісним явищем. Елементи гастрономічних турів включають основні програми розвитку [1, 2].

Проблемами розвитку є:

- відсутність продуманих гастрономічних маршрутів, розвиненої



інфраструктури;

- слабе інформаційне висвітлення;

- слабкість маркетингового дослідження в гастрономічній ідентифікації територій, взаємозв'язку промисловості туризму, харчового виробництва та підприємств громадського харчування; невелика кількість українців, готових платити гроші за подібні тури;

- слабка підтримка адміністративних структур.

Всі ці фактори в сукупності сприяють нестачі інвестицій та гальмують розвиток гастрономічного туризму. На сьогоднішній день важливим складником індустрії туризму є харчування гостей. Знайомлячись з визначними пам'ятками місцевості, туристи одночасно хочуть знати про особливості та традиції національної кухні. Гастрономічні традиції є значним ресурсом території джерелом формування її ідентичності [1]. В останні два десятиліття ХХ століття відносно випадкові спроби аналізу гастрономічного потенціалу території з погляду різних областей гуманітарного знання склалися в єдиний дослідницький напрямок, який отримав назву food studies. Цей напрямок об'єднує істориків, антропологів, етнографів, психологів, соціологів, економістів – все це вказує на те, що їжа є феноменом, який потребує комплексних досліджень, які стали можливими саме після того, як «розірваний» підхід продемонстрував свої обмеження в концептуалізації гастрономічної культури. Водночас феномен гастрономічної культури має велике значення, оскільки виступає як один з базових регуляторів життя. У дослідженнях цього профілю, безумовно, найважливішою є здатність їжі бути носієм культур.

Програма кожного гастро-туру включає дегустацію або фестиваль їжі з оглядом визначних пам'яток. Наприклад, спробувати Карпати на смак можна будь-якої пори року. Привільні долини – у козячих та буйволових сирах. Дикі ягідники – у напоях та випічці з повидлом. Хліб віддає свіжістю повітря, а форель – мелодією струмка. Бануш та риплянка – автентичні сирні страви, яким присвячені окремі фестивалі: у Костилівці та Колочаві. У першому домінує кукурудзяне борошно, у другому – картопля. Заправка зі шкварками, бринзою та яйцями наситить будь-якого їдця. Аналогічні привабливі для туристів з будь-якої країни можна знайти у кожному регіоні нашої країни [4, 5].

На сьогодні світова практика розрізняє три види гастрономічних турів:

- 1) канікули (від лат. Vacatio - свобода, відпочинок) у кулінарних школах (наприклад, кулінарні школи вихідного дня, які охоплюють широкий діапазон від сільської місцевості до великих міст);

- 2) харчування у закладах, відомих своєю локальною кухнею, шеф-кухарями, продуктовими ринками (наприклад, відвідування місцевих закладів громадського харчування, ринків і базарів. Цей вид кулінарного туризму рекомендується поєднувати зі спортивним та екотуризмом, відвідуючи певні місця на велосипедах або просто прогулюючись. Таку можливість можуть використати і національні меншини, що проживають на даній території,



демонструючи власну автентичність через їжу, зберігаючи традиції та отримуючи додаткові доходи від туристів);

3) тури до місцевих виробників продуктів харчування, з акцентом на один вид продукту (кавові та чайні плантації, виноградники, сироварні та різного роду фермерські господарства). Такий вид гастрономічного туризму забезпечує більше наближення до культурного туризму і дозволяють туристу відчувати себе першовідкривачем інших способів життя разом з відпочинком від рутинного способу життя. Спільно з любов'ю до гастрономії зростає і рівень толерантності до інших професій, виникає бажання нових знань, з якими хочеться ділитися після повернення з туристичної подорожі.

В умовах переходу від «пасивного спостереження» до «взаємодії та участі» більшість гастрономічних турів є комбінованими і включають всі види одночасно.

Сьогодні непомітно для нас самих дедалі більшої ролі в нашому житті набуває так звана «економіка вражень». Американці Б. Джозеф Пайн II і Джеймс Гілмор, розглядаючи враження як четверту економічну пропозицію, дійшли висновку, що вони мають свої відмінні риси і відрізняються від послуг так само, як послуги товарів. Людина, купуючи враження, платить за свої власні почуття та відчуття. Враження готує і пропонує на ринку велику кількість компаній, а в їхньому просуванні беруть участь і туристичні фірми.

Сьогодні можна говорити про нову економіку – економіку вражень, до якої гастрономічний туризм має безпосереднє відношення. У суспільстві змінюються переваги, і гастрономічний туризм стрімко розвивається.

Список використаних джерел:

1. Васильева Н.П. Доступность гастрономического туризма – проблемы развития в регионе // *Туризм как фактор регионального развития*. Екатеринбург: УГЭУ, 2016. С.34-42.

2. Грідіна А.О., Волченко А.С., Перерва П.Г. Фактори сучасного маркетингу в туристичному бізнесі // *Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи*: матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Харків : ХНУБА, 2021. С. 21-23.

3. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ"* : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. Х.: НТУ "ХПИ", 2009. №36-1. С. 12-22. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/32103>

4. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. URL: [doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2\(10\)-144-149](https://doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149)

5. Tkachov M.M., Pererva P.G., Kobieliava T.O., Tkachova, N.P., Diachenko T.A. Management of relations with enterprise stakeholders based on value approach // *Problems and Perspectives in Management*. 2021. Vol. 19, Iss. 1. P. 24-38. URL: [doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](https://doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)



ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Полтавська область є регіоном з багатою історією, культурою, звичаями та традиціями, незрівнянною природою, тому вона є перспективною для розвитку туризму.

Туристичні послуги на території Полтавської області в 2020 році надавали 124 суб'єкти туристичної діяльності, у тому числі: турагенти юридичні особи - 14, турагенти фізичні особи-підприємці – 110 [1]. Кількість туристів в Полтавській області досить мала. Так, кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами, в 2020 році становила лише 2660 осіб, з них виїзних туристів – 1909 осіб, внутрішніх туристів – 751. Іноземних туристів не було.

Щодо закладів розміщення, то їх також недостатньо в області. За статистичними даними, в 2020 році налічувалося 43 заклади розміщення юридичні особи, зокрема 30 готелів. Кількість місць в них становила 3393 од., кількість осіб, що перебували у колективних засобах розміщування – 87745 осіб.

На території Полтавщини створено мережу туристичних інформаційних центрів, основною функцією яких є надання актуальної інформації про доступні туристичні, екскурсійні та відпочинкові послуги, послуги розміщення, інформацію про харчування, рекламно-інформаційну продукцію. У Полтаві діють 15 туристично-інформаційних центрів, більшість з яких розташовані в музеях, автовокзалах та готелях району.

Транспортна система Полтавщини представлена автомобільним, залізничним сполученням, у перспективі можливе здійснення перевезення річковим та авіаційним транспортом. Провідне місце у перевезенні пасажирів – належить автомобільному і залізничному транспорту.

В області знаходиться значна кількість санаторно-курортних закладів. В 2017 році їх було 284, зокрема будинки і пансіонати відпочинку – 67, бази та інші заклади відпочинку – 1235, дитячі заклади оздоровлення та відпочинку – 9745. Найвідомішими є санаторії в Миргороді.

В 2017 році налічувалося 37 музеїв, найвідомішими з яких є Національний музей-заповідник українського гончарства в Опішному, Полтавський краєзнавчий музей, Музей-садиба Івана Котляревського, Національний музей-заповідник М. В. Гоголя, Гадяцький літературний музей родини Драгоманових, Диканський державний історико-краєзнавчий музей ім. Д. М. Гармаша, Державний літературно-меморіальний музей-садиба Олеса Гончара, Полтавський музей авіації та космонавтики та багато інших.

Туризм в Полтавській області може активно розвиватися, створювати нові робочі місця, наповнювати коштами бюджету. Для активізації туризму в регіоні потрібно вкладати інвестиції в інфраструктуру, відновлювати історико-



культурні пам'ятки, створити нові туристичні маршрути, проводити ефективну маркетингову політику щодо популяризації туристичного потенціалу.

До основних проблем розвитку туризму в області можна віднести: недостатній асортимент туристичних послуг, низька активність у сфері туризму, неефективна маркетингова політика у сфері туризму, недостатній розвиток туристичної інфраструктури, низькі обсяги інвестицій в туристичну інфраструктуру, брак професійних кадрів у системі управління туристичною діяльністю, недостатній розвиток житлового та комунального господарства в районних центрах та селищах області.

Згідно стратегії розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019 – 2029 роки пріоритетними напрямками розвитку туристичної галузі визначаються [2, 3]:

- пізнавальний туризм за рахунок орендування та розвитку головних туристичних магнітів регіону: музею-заповідника українського гончарства в Опішному, заповідника «Більськ», музею-заповідника М.В. Гоголя, Полтавського краєзнавчого музею імені Василя Кричевського та унікальної вишивки «білим по білому» з технікою виготовлення квіткових гобеленів у м. Решетилівці тощо;

- подієвий туризм, що передбачає організацію та проведення вже традиційних для регіону заходів: гастрономічної гостинності Полтавщини, Дня Європи, «Гелон-фесту», Решетилівської весни, Купальських гулянь на батьківщині М.В. Гоголя, Меридіану, Відпочивайте на Полтавщині;

- діловий туризм: облаштування конференц-залів на базі Полтавського краєзнавчого музею імені Василя Кричевського, Історико-культурного заповідника «Більськ», Національного музею-заповідника М.В. Гоголя;

- сільський зелений туризм: надати підтримку у створенні та популяризації об'єктів сільського зеленого туризму на території с. Більськ, с. Кривої руди, с. Пивихи, м. Кременчука, смт. Нових Санжар, м. Миргорода, м. Хорол та м. Зінькова.

У перспективі розвитку туристичного потенціалу Полтавщини неабияку роль відіграє відбудова наявного аеропорту. Також на території Полтавщини очікується розширення кількості маршрутів на онлайн-платформі «Віртуальні мандрівки Полтавщиною», яка була створена у 2017 році та має тривимірні функції та містить інформацію про найбільш визначні пам'ятки історико-археологічної спадщини, а також унікальні авторські туристичні маршрути регіоном.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики України URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Шамара І.М., Гапоненко Г.І., Левіна М.О. Проблеми та перспективи розвитку туристичного ринку Полтавської області. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна*. 2020. Вип. 12. С. 252 – 260.
3. Стратегія розвитку туризму та курортів у Полтавській області на 2019 – 2029 роки. URL: <https://www.poltvaculture.gov.ua/>





Колісниченко Т. О., канд. техн. наук, доцент,
доцент кафедри туризму та готельно-ресторанного бізнесу,
Київський національний університет технологій та дизайну

УПРАВЛІННЯ МЕРЕЖЕЮ РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ

У процесі створення мережі ресторанного бізнесу важливо приділяти більше уваги таким питанням:

- Стратегія. Неможливо вести мережу ресторанного бізнесу без чітко визначеного бачення розвитку не лише на найближче майбутнє [1]. Щоб досягти успіху, доцільно сформуванати довгострокову мету і слідувати їй відповідно до ретельно розробленої загальної концепції. Важливо знати, як бізнес має функціонувати на кожному наступному етапі розвитку.

- Організаційна структура. Для того, щоб реалізувати стратегію, необхідно правильно організувати та налагодити роботу мережі. Тут потрібний персонал, який відповідатиме за управління окремими сегментами бізнесу та/або регіонами (якщо мережа велика) [2], а також доцільно визначити обсяги їхніх компетенцій та відповідальності, щоб вони не дублювали один одного. Варто розглянути питання про аутсорсинг деяких завдань, що дає змогу оптимізувати витрати та отримати відповідні якісні послуги за ціною, нижчою, ніж у разі постійної роботи в ресторанному бізнесі.

- Процедури та стандарти. Попередньо встановлені чіткі процедури та стандарти повинні застосовуватися в усій мережі. Це покращує як повсякденну роботу приміщень, так і координацію роботи всієї мережі, наприклад, щодо контролю витрат, відомостей про продаж, форми та частоти звітності. Єдині правила безумовно полегшують аналіз роботи окремих підрозділів і бізнесу загалом. Функціонування та дотримання норм і стандартів також допоможе вирішити розбіжності у поглядах, що виникають між центральним офісом та структурними підрозділами.

- Внутрішній комунікація та потік інформації. Важливу роль в управлінні мережею готельного бізнесу відіграють внутрішньої комунікації [3]. У цьому випадку мова йде про двосторонній зв'язок: по вертикалі: між центральним офісом та структурними підрозділами (часто також через регіональних координаторів); центральний офіс видає накази, інструкції, завдання та результати оцінок діяльності, а структурні підрозділи подають до головного офісу звіти про свою діяльність (відповідно до стандартів і процедур); вертикальне спілкування може також включати відносини між правлінням і регіональними координаторами або керівниками окремих підрозділів; горизонтальні: керівники відділів, регіональні координатори або окремі структурні підрозділи (через керівників) контактують один з одним.

- Внутрішній контроль. Роль інспекції в гастрономічній сфері є надзвичайно важливою. Йдеться не лише про контроль якості (аудити чи програма «Таємний гість»), а й про фінансовий контроль. Поширеним рішенням у цій сфері є аутсорсинг та введення в експлуатацію спеціалізованої компанії. Також потребує розвитку і поняття контрольних компетенцій



всередині готельного бізнесу.

Спілкування в мережі ресторанного бізнесу може відбуватися в різних формах:

- електронна комунікація: через спеціалізовані комп'ютерні системи, що об'єднують усі структурні підрозділи в мережу, у віртуальній реальності, через поширені канали зв'язку, такі як електронна пошта чи телефон;

- періодичні наради: проводяться на різних рівнях (дирекція – регіональні координатори та керівники відділів; регіональні координатори – керівники приміщень ресторану; завідувачі приміщень ресторану – персонал);

- конференції, тренінги, інтеграційні заходи, які часто об'єднуються в один виїзний захід у привабливому місці, зазвичай через регулярні проміжки часу; підсумок діяльності всього бізнесу за певний період або навчання та передача цінних, корисних знань; винагорода та заохочення;

- горизонтальні обміни співробітниками: регіональні координатори або місцеві менеджери відвідують робочі місця своїх колег в інших відділах або приміщеннях ресторану для обміну досвідом;

- вертикальні обміни співробітниками: працівники, зайняті в центральному офісі відвідують приміщення ресторану, де вони виконують завдання персоналу, зайнятого там, щоб краще пізнати суть своєї повсякденної роботи; це може працювати й навпаки – тоді працівники ресторану ознайомляться з характеристиками питань, якими займаються працівники головного офісу; такі обміни можуть відбуватися практично між будь-якими посадами, розташованими на різних рівнях ієрархії в мережі.

- Управління персоналом. Методика відбору персоналу потребує приділення більшої уваги таким аспектам, як перспектива кандидатів та здатність до навчання, оскільки можливості просування в мережі значно збільшуються – може виявитися, що з часом «звичайний» співробітник стає керівником в офісі. Гнучкість і готовність змінити роботу в мережі стають все більш важливими. Також потрібно пам'ятати, що працівники приділяють велику увагу справедливості, а коли бачать недоліки, у них знижується мотивація.

Список використаних джерел:

1. Денисенко М. П., Юринець З. В., Юринець Р. В. Квінтесенція збалансованого розвитку держави та бізнесу в умовах гармонізації соціальних, економічних та екологічних цілей. *Ефективна економіка*. 2021. № 6. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=8962>

2. Юринець З. В. Інноваційна бізнес-модель як підґрунтя розвитку сучасних підприємств. *Вісник Львівського університету. Серія економічна*. 2012. Вип. 48. С. 365-370

3. Yurynets Z., Bayda B., Petrush O. Country's economic competitiveness increasing within innovation component. *Economic Annals – XXI*. 2015. № 9-10. P. 32-35.





ОБҐРУНТУВАННЯ ПЕРЕВАГ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ

Сектор туризму можна розглядати як своєрідний комплекс виробників, дистриб'юторів та посередників. На відміну від інших продуктів, які пропонуються виробничими або сервісними компаніями, туристичні продукти неоднорідні: вони складні та містять велику кількість додаткових компонентів, які надаються постачальниками з різних державних і приватних секторів. Купівля та споживання туристичного продукту розподіляється в часі та відстані, а кожна із організацій забезпечує лише один або кілька компонентів загального туристичного продукту, який споживається упродовж відпочинку. Тижневе перебування туриста у віддаленому місці ініціює контакти приблизно з 30-50 різними суб'єктами (туроператор, страхова компанія, перевізник, готель, ресторан, музей, обмінний пункт, таксист, сувенірний магазин, місцева влада тощо) – це спосіб побудови туристичного ланцюга вартості. Щоб підвищити задоволеність клієнтів, туристичні компанії повинні налагодити ефективні взаємовідносини зі своїми зацікавленими сторонами, і особливо з постачальниками, які працюють у зовнішньому середовищі та відповідають за надання різних компонентів загального туристичного продукту [5, с. 39].

Туристи зазвичай будують свої судження на основі задоволення від відпочинку за всіма компонентами комплексної туристичної системи. Ці компоненти охоплюються туристичним ланцюгом створення вартості, що лежить в основі як виробництва, так і споживання туристичних послуг [3]. Оскільки туристичні послуги та послуги з відпочинку здійснюються в певному туристичному місці, дослідники туризму приймають *туристичну дестинацію* як відповідну одиницю для аналізу конкуренції або порівняльного аналізу. Соціальні та екологічні стратегії дестинації не можуть бути належним чином розроблені без державно-приватного партнерства. Державний сектор зазвичай страждає від нестачі коштів і стриманості щодо ризиків, а приватний сектор не в змозі сформувавши комплексну та повноцісну пропозицію регіону. Співпраця державного та приватного секторів може допомогти подолати прогалини та забезпечити сталий розвиток туризму.

Сталий розвиток туризму є ще однією важливою змінною, яка впливає на процес конкуренції між туристичними підприємствами та туристичними напрямками. Відсутність екологічної обізнаності, а також висока вартість екотехнологій не дають дестинації відмежуватися від будь-яких екологічних ініціатив і погіршують її загальний імідж. Іншою складністю видається належне управління природним середовищем, оскільки розвиток туристичної індустрії може стати одним із найбільш руйнівних факторів, що погіршують туристичну привабливість регіону. До того ж, нездатність окремої туристичної фірми запропонувати комплексний туристичний продукт, який очікує турист на початку процесу купівлі-споживання, спрямовує до ідеї туристичного кластеру. Кластер – це спосіб зрозуміти позиціювання бізнесу в ширшому контексті, який



включає всі конкуруючі фактори та елементи, що допомагають компаніям розробити стратегію у певній географічній області. Бути частиною кластеру означає конкурувати і співпрацювати одночасно: конкуренція чинить позитивний тиск на інновації та постійне вдосконалення, тоді як клієнти отримують цілісний продукт, що є результатом додаткової взаємодії елементів кластеру [2]. Компанії повинні зосередитися на такій діяльності задля створення стійких конкурентних переваг.

Співпраця в межах туристичного кластеру зазвичай забезпечує менші ризики, економію на масштабі, нижчі трансакційні та експлуатаційні витрати, вищий рівень безпеки в турбулентному середовищі, захист від глобальної конкуренції, диверсифікацію пропозиції, поширення знань та інформації, лобіювання та посилення тиску на місцеву владу, ширший ланцюг створення вартості, підвищення інноваційності туризму і, як наслідок, більш ефективний розвиток. Ще одним аргументом на користь формування кластеру туристичної індустрії є низький рівень конкурентоспроможності дестинації. Українські туристичні дестинації досить рідко асоціюються з потенціалом підвищення інноваційності, але вони все ж мають позитивний вплив на еластичність та стійкість національної економіки. Високі трансакційні витрати та порівняно дешеві фактори виробництва, пов'язані з ресурсами, можуть бути збалансовані гнучкістю економіки, придатністю для задоволення умов попиту, що постійно змінюються, та широкою мережею коопераційних зв'язків.

Наслідки глобалізації також мають дуже сильний вплив на типові туристичні дестинації. Міжнародна туристична індустрія складається в основному з великих компаній, які організують туризм по різних популярних напрямках. Вони пропонують стандартизовані продукти та розробляють глобальні стратегії, які дозволяють їм якнайкраще використовувати локальний потенціал у всьому світі. Хоча кількість великих компаній у туристичній галузі відносно невелика, на них припадає більше половини загального обороту в секторі та значна частка зайнятих. Малі та середні підприємства у традиційних дестинаціях поки не готові до широкого співробітництва з глобальними гравцями світової туристичної індустрії та формування конкурентоспроможних на міжнародному рівні напрямків. Великі компанії, які отримують вигоду від стандартизації та ефекту масштабу, і можуть запропонувати своїм клієнтам більш привабливі послуги за дуже конкурентоспроможними цінами. Вони здатні формувати нові туристичні ринки та пропонувати нові продукти, що допомагає їм знижувати витрати виробництва та підвищувати ефективність бізнесу. Наслідками для малого та середнього бізнесу є, відповідно, втрата частки ринку та зростання фінансового тиску [1].

Ще одним викликом для малих туристичних підприємств є зростання ролі інформаційних технологій у туризмі. Технологічні інновації також мають значний вплив на управління ланцюгами створення вартості та сприяють виникненню нових туристичних бізнес-моделей у глобальному ланцюжку створення вартості, зокрема для ланцюга збуту. Основними гравцями є



бенефіціари технологічних інновацій, тоді як менші суб'єкти через брак капіталу, IT-грамотності, технофобії та відсутність чітких стратегічних планів, не завжди користуються реальними перевагами технологічних інновацій. Правильно керований кластер може допомогти подолати ці недоліки.

Існують також певні структури попиту, що впливають на діяльність туристичних підприємств і позицію напрямків на світовому туристичному ринку. Крім чистих видів дозвілля, таких як плавання, катання на лижах або пасивний відпочинок, важливі й інші види туристичної діяльності, наприклад, культурний та екологічний туризм. Підприємствам необхідно адаптуватися до таких змін і розробляти нові продукти. Демографічні зміни посилюють ці тенденції, оскільки зростання частки людей, старших 50 років, а також осіб з обмеженими можливостями збільшує попит на більш специфічні продукти. Медичний, оздоровчий та спа-туризм, ймовірно, будуть одними з сегментів, які особливо виграють від зростання економічного значення «літніх» туристів. Ці комплексні потреби туристів задовольняються не лише одним продуктом чи послугою, а трьома елементами привабливості району (модель 3А): 1) доступністю (accessibility); 2) атракціями (attractions); 3) зручностями (amenities) [4].

Належне управління кластером включає визнання всіх факторів, продуктів, послуг, які формують загальний образ якісної дестинації. У рамках туристичного кластеру зацікавлені сторони з усіх сегментів ланцюга створення вартості (готельєри, туристичні оператори, власники ресторанів, власники магазинів, музеїв тощо) прагнуть до спільної мети – розвитку конкурентоспроможної туристичної дестинації, спрямованої на стратегічне зростання. Навіть якщо окрема компанія у дестинації відчуває себе автономною, вона являє собою лише один компонент загального туристичного продукту. Таким чином, кластеризація повинна бути в основному пов'язана з ідентичним просторовим захопленням конкретної туристичної дестинації.

Співпраця між постачальниками туристичних послуг у туристичному кластері має ґрунтуватися на офіційно встановлених зв'язках, щоб отримати переваги синергії. Процес створення комплексного туристичного продукту вимагає синергетичної дії різних економічних і неекономічних факторів, які беруть участь у його формуванні шляхом вертикальної та горизонтальної інтеграції. З огляду на це, кластер є найбільш очевидною формою розвитку туристичного продукту в туристичній дестинації.

Список використаних джерел:

1. Alcouffe A., Coulomb F. Small and Medium-Sized Business in European Tourist Sectors. Paris: OECD, 1993.
2. Artavia R. Cluster Dynamics: A New Concern for Managers. INCAE, 2000.
3. Bieger T. Management von Destinationen und Tourismusorganisationen. Muenchen, Wien: Oldenbourg, 1997.
4. Holloway J. Ch. The Business of Tourism. London: Pitman, 1996.
5. Kachniewska M. Towards the Definition of a Tourism Cluster // Journal of Entrepreneurship Management and Innovation. 2013. Vol. 9. Issue 1. pp. 33-56.





Самойлова О.О., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр ОПП «Готельно-ресторанна справа»
Науковий керівник – **Кукліна Т. С.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри туристичного, готельного та ресторанного бізнесу,
Національний університет «Запорізька політехніка»

ОРГАНІЗАЦІЯ БАНКЕТУ В КАРАНТИННИЙ ПЕРІОД

Епідемія COVID-19 та карантинні обмеження серйозно змінили ситуацію на ринку громадського харчування, вивівши на перше місце питання безпеки. Підвищені вимоги щодо безпеки під час пандемії висувають не лише уряди різних країн, а й багато клієнтів кафе та ресторанів. Тому багатьом закладам громадського харчування довелося перебудовуватись буквально на ходу.

Деякі представники ресторанного бізнесу ще до пандемії почали вибудовувати принципово нові системи організації обслуговування, що передбачають максимальне переведення всіх організаційних процесів онлайн. На підлозі зали розміщують наліпки, які вказують, в яку зону потрібно пройти, щоб зробити замовлення і при цьому якнайменше перетинатися з іншими відвідувачами.

Починаючи з жовтня 2021 р. деякі підприємства допускають до відвідування лише споживачів, які мають повний курс вакцинації. А в період «червоної» карантинної зони заклади можуть працювати, якщо всі працівники та відвідувачі мають щеплення [1].

Організація будь-якого банкету починається із вибору локації. Вона залежить від кількості запрошених гостей, приводу заходу, тематики, пори року. Найпопулярніші майданчики – ресторани та холи. Із замовником узгоджують меню, форму банкетного столу, план розміщення гостей. Більш докладно узгодження меню та уточнення інших питань роблять за 2 – 3 дні до банкету. Зовнішній вигляд страви та спосіб її подачі визначає бренд-шеф.

У банкетному меню, як правило, всі розділи універсальні. Це холодні та гарячі закуски, салати, основна страва, фрукти та десерт. Склад страв залежить від формату банкету. Послідовність подачі страв також обговорюється заздалегідь і багато в чому залежить від бажання замовника.

Для банкету застосовують поетапне сервірування: попереднє та додаткове. Перше включає підготовку до приходу гостей (стіл накривають скатертиною, після цього сервірують усіма необхідними приладами, розставляють усі аксесуари), а друге – під час прийому. Стіл сервірують без підставної тарілки, для кожного гостя ставлять закусочну і пиріжкову тарілки. З приладів закусочні прилади і відповідні прилади не більше, ніж на одну страву, десертні прилади, як правило, приносять разом з десертом. Із скла ставлять фужери і чарки (відповідно до напоїв).

Посуд з закусками, розставляють на столі, в певній послідовності починаючи з закусок у великих блюдах. Закуси в посуді на ніжках (вази) або з високими бортами (салатники) розставляють ближче до центру столу, а з низькими бортами (страви, ложки) ближче до предметів сервіровки, причому



закуси повинні чергуватися, наприклад, риба, овочі, м'ясо і т.д. Ікорниці, салатники, соусники ставлять на стіл на пиріжкові або закусочні тарілки. Соуси ставлять поруч із стравами, яким вони супроводжують, спеції сіль, перець за пиріжковою тарілкою.

Пляшки з напоями за погодженням з замовником можуть бути відкупорені (крім пляшок з крон пробками з водою, соком, пивом та ін.) Напої ставлять в інтервалі між чарок з етикетками, зверненими в бік гостей; напої можна поставити групами по 2-4 пляшки в середині столу на вільних місцях між стравами з закусками [2].

Весь персонал повинен бути у захисних масках та рукавичках. На приставних (додаткових) столах повинні бути санітайзери та засоби для утилізації використаних масок.

Список використаних джерел:

1. Гурова Д. Д., Цвілий С. М., Мамотенко Д. Ю., Журавльова С. М., Кукліна Т. С. Специфіка обслуговування на підприємствах гостинності в період пандемії. *Modern science: innovations and prospects*. Proceedings of the 1st International scientific and practical conference. SSPG Publish, October 10 – 12, 2021, Stockholm, Sweden. 545 p. Pp. 473-477. URL: <https://sci-conf.com.ua/i-mezhdunarodnaya-nauchno-prakticheskaya-konferentsiya-modern-science-innovations-and-prospects-10-12-oktyabrya-2021-goda-stokgolm-shvetsiya-arhiv/>
2. Кукліна Т. С., Дрьоміна Я. Є. (МТЕ-419) Організація обслуговування банкету – весілля. Тиждень науки-2021. *Факультет міжнародного туризму та економіки* : Тези доповідей науково-практичної конференції, Запоріжжя, 19–23 квітня 2021 р. / Редкол. : В. В. Наумик (відпов. ред.) Електрон. дані. Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2021. С. 79-81.





Свистунова К.Р.,
Проскурня О.М., к.т.н., доцент,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНІ ПРИНЦИПИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Останнім часом в сфері туризму питання якості послуг, що надаються стає все більш актуальним. Без якісного обслуговування підприємство не здатне домагатися своїх головних цілей. Перед підприємством стоїть завдання надання і підтримки якості обслуговування на належному рівні, своєчасного усунення недоліків у наданні послуг, розробки стратегії поліпшення обслуговування [1-5].

Дослідження показують, що головною причиною лояльності туристичної клієнтури є надання якісного обслуговування. У перший раз гостя можна залучити хорошою рекламою, багатим інтер'єром або різноманітним меню, але вдруге він приходить завдяки професійній роботі персоналу і високій якості обслуговування, отриманого раніше. Чому якість має таке важливе значення? Якщо ми будемо розглядати підприємства сфери туризму та масових заходів з точки зору динаміки їх розвитку, якість надання туристичних послуг буде надавати найбільший вплив на їх життєздатність. Успішна реалізація якісного продукту споживачеві є головним джерелом існування будь-якого підприємства індустрії туризму. Відповідність законам, правилам і стандартам у сфері комплаєнса зазвичай торкається таких питань, як дотримання належних стандартів поведінки на ринку, управління конфліктами інтересів, справедливе відношення до клієнтів і забезпечення добросовісного підходу при консультуванні клієнтів.

Зміст поняття «якість» у промисловості туризму включає:

- Правильно визначені потреби клієнтів (надавати послуги, що відповідають потребам гостей);
- правильне надання послуги (не тільки послуги повинні відповідати потребам клієнта, але й уся система обслуговування повинна забезпечувати зручність гостей, обов'язковою умовою є доброзичливість персоналу);
- сталість (необхідність надавати послуги на тому самому рівні мільйони разів [1]).

Індустрія туризму характеризується тим, що Головна у ній під час створення системи якості товару звертається на якість сервісу. Якісний сервіс - це ключ до комерційний успіх підприємства.

Якість туристської послуги може бути оцінена трьома способами: за власною методикою компанії; по відношенню до якості деякого зразка, прийнятого за еталон; по відношенню до міжнародного або національного стандарту.

Світова практика виробила певні правила організації ефективного сервісу, дотримання яких таки дозволяє менеджеру застосовувати щодо



конкретного туристичного продукту весь накопичений у сфері сервісу досвід.

Концепція забезпечення високої якості обслуговування в сфері туризму базується на комплексі певних принципів, головними з яких є наступні:

1. *Лідерство в прийнятті рішень.* Керівництво організації повинно мати чітке уявлення про призначення і майбутній розвиток компанії, але цього недостатньо. Керівний склад повинен також донести цю виставу до своїх службовців і переконати їх повірити в нього і йому слідувати. Хороші лідери вбачають свою мету в тому, щоб домогтися якісного обслуговування за допомогою дій, видимих і службовцями, і клієнтами. З цієї точки зору поняття «якісні послуги» асоціюється з відомими іменами успішних керівників, які змогли організувати процес обслуговування туристів на вищому рівні.

2. *Впровадження маркетингового підходу* в усі підрозділи туристичного підприємства. Даний принцип передбачає проведення маркетингових заходів усіма підрозділами туристичної організації.

3. *Розуміння потреб клієнтів.* Цей принцип заснований на сегментації туристичного ринку в залежності від уподобань потенційних клієнтів.

4. *Застосування в роботі основних організаційних принципів.* Робота туристичного підприємства повинна бути добре спланована і мати чітку структуру управління, в основу якої покладена концепція розвитку даної компанії.

5. *Фактор свободи в наданні послуг.* У першокласних ресторанах і чотирьох-, п'ятизіркових готелях гості очікують отримати персоніфіковане обслуговування, тому система надання послуг повинна бути більш гнучкою, але тим не менш, що відповідає всім настановам системи управління якістю, прийнятої міжнародним співтовариством.

6. *Використання прогресивних технологій обслуговування та проведення масових заходів.* Даний принцип дозволяє контролювати зміни маркетингового середовища, впорядковувати масові заходи та мати бази даних клієнтів і вдосконалювати методи для підтримки зв'язків з ними.

7. *Формування здатності працювати в команді.* Надання якісного обслуговування вимагає злагодженої роботи всієї команди співробітників. Службовці повинні розуміти, як їх робота впливає на результати діяльності всього колективу. Є багато фірм, які навчають персонал так званому «перехресному обслуговуванню», коли співробітник може виконувати різні види робіт. Таке навчання дає службовцям можливість оволодіти різними професіями та заохочує їх до розуміння суті роботи і за іншими. Вони бачать, як їх робота впливає на результати праці інших і як вони всі разом впливають на якість обслуговування.

8. *Встановлення стандартів, оцінка виконання роботи і введення системи стимулів.* Найбільш важливий спосіб поліпшення якості обслуговування полягає в тому, щоб встановити стандарти обслуговування і його цілі, а потім навчити цьому службовців і керівників. Ці стандарти повинні безперервно підвищуватися. Службовці, які надають хороше обслуговування,



повинні винагороджуватися за це.

9. *Зворотній зв'язок з персоналом за результатами праці.* Результати досліджень повинні бути повідомлені всім службовцям. Це повинно виходити від вищого керівництва при спілкуванні зі службовцями і частково в ході нарад. Службовці повинні знати те, що гостям подобається і що вони не люблять. Вони повинні також знати, які області обслуговування поліпшуються, а які ні. Важливою відповідальним завданням для підприємств сфери обслуговування є створення репутації заходу високої якості обслуговування. Ніяка реклама, який би витонченої вона не була, не може змінити того іміджу, який в дійсності складається в споживача в результаті його спілкування з персоналом в процесі обслуговування.

Отже, від якості обслуговування залежить багато чого. Підприємства, які мають більш якісне обслуговування, ніж конкуренти, отримують і більш високий прибуток, ніж аналогічні підприємства.

На наш погляд, **«концептуальний підхід» до забезпечення якості обслуговування в сфері туризму** - це свого роду ідеологія підприємства, внутрішній сет його правил, якими повинні керуватися усі трудові ланки підприємства в незалежності від займаної посади [1, 3, 5]. Реалізація такої ідеології припускає формування умов, при яких представники підприємства здійснюють певні дії, керуючись правилами, які припускає цей підхід для забезпечення якості послуг.

Список використаних джерел:

1. Свистунова К., Перерва П.Г. Поддержка туристического бизнеса как фактор развития национальной экономики // *Теорія та практика менеджменту*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 13 травня 2020 р. / відп. ред. Л. Черчик. Луцьк : СНУ, 2020. С. 461-463.

2. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)

3. Грідіна А.О., Волченко А.С., Перерва П.Г. Фактори сучасного маркетингу в туристичному бізнесі // *Управлінська діяльність: досвід, тенденції та перспективи*: матеріали 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Харків : ХНУБА, 2021. С. 21-23.

4. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник Нац. техн. ун-та "ХПИ"* : сб. науч. тр. Темат. вып. : Технический прогресс и эффективность производства. Харьков: НТУ "ХПИ", 2009. №36-1. С. 12-22. <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/32103>

5. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149.





Тютюнник Ю. М., к.е.н., доцент,
професор кафедри економічної теорії
та економічних досліджень,
Полтавський державний аграрний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ

Однією з найбільш постраждалих від коронавірусної пандемії сфер є глобальна туристична індустрія. Очікується, що в 2022 році світовий туризм так і не відновиться до рівня 2019 року, оскільки із коливанням захворюваності через появу нових штамів COVID-19 країни раз у раз запроваджуватимуть нові заборони на поїздки. Кількість міжнародних виїздів може зрости на понад 50 %, до 1,1 млрд., та все ж не зможе повернутися до показника 2019 р., що становив 1,5 млрд. Китай, до колись був найбільшим джерелом туристів у світі, через внутрішню політику «нульового ковіду» відставатиме від США та європейських країн та відкриє свої кордони лише для Гонконгу та Макао.

У глобальному масштабі кількість ділових поїздок скорочуватиметься й через те, що компанії урізають витрати та обмежують викиди вуглецю, надаючи перевагу он-лайн зустрічам. У США та інших країнах прогалину заповнять внутрішні туристи. Заробіток від гостей з-за кордону залишиться на низькому рівні, однак відвідувачі готелів та ресторанів витратять на 3 % більше, ніж у 2019 році, через підвищення цін, а також через те, що туристи проводитимуть відпустки у своїх країнах [1, с. 116].

У тенденціях щодо розвитку індустрії туризму Україна не стала винятком. У 2020-2021 роках спостерігалось падіння у міжнародних поїздках до України на 70-75 % порівняно з 2019 роком. Проте глобальні виклики створили нові можливості для розвитку внутрішнього туризму. В 2022 році через появу нових штамів COVID-19 та варіативність правил в'їзду до зарубіжних країн, а також подорожчання таких напрямків, як Єгипет і Туреччина, дедалі більшої популярності набуватимуть подорожі Україною [2, с. 212].

Розвитком туризму в Україні займається Державне агентство розвитку туризму (ДАРТ). Серед його завдань – покращення іміджу України у світі, розвиток внутрішнього туризму і покращення інфраструктури. Які ж тенденції розвитку вітчизняної індустрії туризму слід очікувати у 2022 році?

По-перше, туристи віддаватимуть перевагу активному відпочинку на природі, зокрема розвиватимуться такі види, як каякінг, хайкінг, рафтинг, віндсерфінг. Масовий відпочивальник відкриє для себе нові місця дозвілля у мальовничих куточках країни: Генічеське рожеве озеро, Бакоту («Українську Атлантиду»), острів Джарилгач, Актівський каньйон («Долину диявола»), Кам'яну Могилу («Український Стоунхендж»), озеро Синевир та інші.

По-друге, бажання туристів зупинитися посеред знакового цікавого місця, але разом із тим у цивілізованих умовах зумовить розвиток нового виду поселення – глемпінгів. Це так звані «гламурні» кемпінги – проживання у тимчасовій легкій конструкції посеред природи, але водночас із комфортними



умовами. Відкриття глемпінгів у природних парках України вже анонсували відомі готельні мережі.

По-третє, збільшиться попит на гастрономічні тури, автентичну кухню регіонів, зокрема з'являтимуться такі нові бренди, як «приазовська кухня», «караїмська кухня», «кухня греків Маріуполя».

По-четверте, українська туристична індустрія й далі цифровізуватиметься. Зокрема, маленькі туристичні бази встановлюватимуть електронні системи бронювання, а туристичні об'єкти у віддалених куточках створюватимуть 3D-тури цікавими місцями.

По-п'яте, популярність українських курортів та туристичних маршрутів залежатиме від зручності транспортної інфраструктури, логістики та вміння турбізнесу підвищувати рівень сервісу за адекватні ціни. На розвиток туристичної інфраструктури у бюджеті 2022 року виділено близько 1,5 млрд. грн. Міністерство інфраструктури України обіцяє покращити інфраструктуру шести національних природних парків: Сколівські Бескиди (Львівщина), Джарилгач (Херсонщина), Карпатський (Івано-Франківщина), Святі гори (Донеччина), Подільські Товтри (Хмельниччина), Голосіївський (Київ).

У 2022 році завдяки збільшенню внутрішніх рейсів та здешевленню вартості квитків підвищиться частка внутрішніх авіаперевезень. Це пов'язано як із підписанням Україною угоди з ЄС про відкрите небо, так і з імовірною появою національного перевізника, який дотуватиметься державою. Зниженню вартості квитків сприятиме анонсоване зменшення ПДВ на внутрішні перевезення з 20 до 7 %. Окрім цього, передбачається запуск нового аеропорту у Дніпрі, повинне початися будівництво нових аеропортів на сході (Краматорськ) та заході (Мукачеве).

По-шосте, в 2021 році Україна стала ТОП-1 туристичним ринком для громадян з арабських країн (насамперед, Саудівської Аравії), кількість яких сягнула більше 50 тисяч. На наступні роки Державне агентство розвитку туризму планує ще більше розширювати географію, зокрема орієнтуватися на країни Перської Затоки та налагоджувати авіасполучення з іншими пріоритетними країнами, в першу чергу Індією та Китаєм [3].

Позитивно повинен вплинути на розвиток сфери туризму новий Закон України «Про туризм», який покликаний врегулювати роботу туристичного ринку, допомогти правильно сформувати бюджети на розвиток туризму, посилити фінансову захищеність клієнтів готелів і туроператорів, особливо у випадку їх банкрутства.

Список використаних джерел:

1. Подорожі та туризм. *The Economist*. 2021. November 1st. URL: worldaheadeditor@economist.com.
2. Романова А. Тур-країна. *Світ попереду 2022*. 2021. С. 212.
3. Олесків М. Розвиток туризму в Україні-2022. URL: <https://omore.city/articles/179923/novi-gotelni-kompleksi-i-turisti-z-indii-ta-kitayu-intervyu-z-maryanoyu-oleskiv>.



Шикіна О. В., к.е.н, доцент, доцент кафедри туристичного та готельно-ресторанного бізнесу,
Одеський національний економічний університет

ПРИКЛАДИ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ

Концентрація готельних об'єднань в останні роки стала дуже популярною, і їх число значно збільшилася. Розглянемо найвідоміші з них згідно хронології їх появи у світовому готельному господарстві.

Першовідкривачем серед цих союзів є асоціація «The Leading hotels of the World», яка була створена в 1928 р. Ця асоціація об'єднує кращі готелі світу. У неї входять: Le Meridian, Kempinski hotels & Resorts, Rocco Fortes, Rosewood Hotels, Orient Express Hotels, Oberoi, Ritz, Swissotel і інші. Зараз налічується 425 готелів з 80 країн світу.

У 1989 р. в США було засновано Національний фонд історичних готелів Америки, членами якого могли стати тільки ті готелі, які були засновані не менше 50 років назад і згадувалися в національному або регіональному переліку історичних пам'яток. На даний момент у фонді складаються 295 готелів.

У 1991 році був створений на базі «The Leading hotels of the World» консорціум «Small Luxury Hotels of the World», і зараз в нього входять ексклюзивні готелі, замки і заміські вілли більше ніж з 90 країн світу.

У Європі в свою чергу в 1997 р. було створено «Об'єднання Історичних готелів Європи». Зараз в нього входять 13 асоціацій з 11 країн Європи: Австрії, Британії, Франції, Німеччини, Ірландії, Італії, Норвегії, Португалії, Іспанії, Швеції та Уельсу. Історичні готелі Європи, які об'єднали 283 готелів з сумарним номерним фондом, що перевищує 7952 кімнат, є найбільшим маркетинговим союзом Європи в сфері готельного бізнесу.

У 1998 р. було утворено стратегічний альянс «Best Eastern Hotels». На сьогоднішній день він об'єднує понад 3700 готелів, у країнах СНД та Балтії.

У 1999 р. відкрилось дочірнє підприємство під назвою «The Small Leading Hotels of the World», ці готелі за якістю нічим не відрізняються від «великих» – відповідність 1500 критеріям залишається в силі, тільки номерів в таких готелях має бути менше ста.

Іншим великим готельним альянсом у світі вважається американська мережа готелів Best Western International, яка налічує на сьогоднішній день 4033 готелів в 84 країнах світу. Альянс включає в себе не тільки об'єднання готелів, але і щільне співробітництво з великими турагенствами, авіакомпаніями і глобальними системами бронювання через Інтернет.

У серпні 2000 року був створений великий стратегічний альянс під назвою «Luxury Alliance», який об'єднав в собі всі необхідні суб'єкти готельного бізнесу, для того, щоб пропонувати своїм клієнтам багатий вибір розкішних готелів в світі. Партнерами Luxury Alliance стали: асоціація готелів «The Leading Hotels of the World» і «Relais & Chateaux», великий туроператор «Abercrombie & Kent, Inc», оператор з організації подорожей і морських круїзів



«Orient-Express Trains & Cruises».

У 2001 р. в світовому готельному бізнесі з'являється великий глобальний альянс Great Hotels Organization (GHO), який утворився на базі двох інших альянсів: «Great Hotels of the World» (GHOTW) і «Special Hotels of the World» (SHOTW), кожен з яких націлений на різні сегменти ринку. GHOTW і SHOTW є всесвітні альянси розкішних готелів і на відміну від інших асоціацій дозволяють готелям вибрати те членство, яке їм найбільше підходить.

GHOTW складаються з: Luxury Golf Collection, Luxury Spa Collection, Luxury Romantic Collection, and Luxury Family Collection.

SHOTW складаються з: The Lifestyle Collection, The corporate Collection.

Прикладом готельних альянсів можуть служити спеціальні альянси з підтримки іміджу і торгової марки. Готелі укладають «іміджеві альянси» з відомими дизайнерськими лініями (Ralph Lauren, Versace, Bulgari), що дає право клієнтам двох партнерів на спеціальні знижки і обслуговування в будь-яких готелях даної мережі і бутиках певної марки. Прикладом такого альянсу служить готельна група готелів Marriott і компанія Bulgari з 2001 р.

В 2003 р. індустрія готельного господарства знаходилася в стагнації, а онлайніві бронювання переживали бум. В квітні 2003 р. компанія Expedia оголосила про укладення альянсу з Hilton Hotels Corporation на бронювання номерів для всіх відомих брендів ННС за спеціальними оптовими цінами. Це дозволило корпорації Hilton отримувати користь управління цінами в динамічному режимі, а Expedia забезпечити зв'язок між клієнтами за допомогою своєї програми спеціальних цін (Expedia special Rate program).

Слідом відповідна реакція послідувала від іншої відомої готельної мережі Le Meridien, яка в серпні 2003 р. оголосила про створення довгострокового стратегічного альянсу з Visa International. Мета – проведення спільних кампаній з просування торгових марок, а також забезпечення додаткових переваг власникам карток Visa при виборі готелів Le Meridien по всьому світу. Тим самим утворений стратегічний альянс «Visa і Le Meridien» став сильним союзом в індустрії туризму.

У червні 2004 р. було створено історичний альянс між Національним фондом історичних готелів Америки і Об'єднанням Історичних готелів Європи. Мета даного альянсу – розвивати культурно-пізнавальний туризм як в Америці, так і в Європі з тим, щоб надати можливість великій кількості людей, які цікавляться історією, ознайомитися з історичною та культурною спадщиною обох континентів. Альянс було укладено строком на два роки, протягом яких партнери взаємно співпрацювали, просуваючи послуги один одного, використовуючи при цьому свої сайти в Інтернеті і рекламні буклети, беручи участь у виставках і влаштовуючи спеціальні презентації.

Також в 2004 р. у асоціації «The Leading hotels of the World» з'явилося інше відгалуження – «The Leading SPAs of the World», в яке входять готелі, які надають SPA-послуги. Заявки на участь подали 85 готелів по всьому світу.

У березні 2004 р. чотири відомі готельні компанії об'єднали свої зусилля,



утворивши всесвітній альянс, заснований на спільності їх ідеології надання клієнтам унікальних, персоналізованих готельних послуг. Новий « (Global Hotel Alliance)» включає в себе такі мережі, як «Готелі та курорти Кемпінські»; «Готелі та курорти Пан Пасифік»; «Готелі та курорти Ріджес»; «Готелі та курорти Уіндхем». Альянс об'єднав 596 готелів верхньої цінової категорії і класу «люкс» і понад 122326 готельних номерів на п'яти континентах в партнерство спільного маркетингу з метою запропонувати клієнтам більш широкий спектр послуг з розміщення в міжнародному масштабі.

Також варто відзначити, що класичний приклад стратегічного альянсу в готельному бізнесі прийнято вважати альянси між готелями та авіакомпаніями. Зараз практично всі провідні готелі світу працюють з певними авіакомпаніями, оскільки дана маркетингова стратегія має на увазі надання взаємних знижок і комісійних, наприклад, готель Baltschug Kempinski і Lufthansa Airlines; готель Sheraton Palace і Lufthansa Airlines; Best Eastern Hotels і Aeroflot.

У грудні 2014 р. Huazhu Hotels Group і французька група Accor створили стратегічний альянс для розширення спільної мережі готелів в Китаї, Монголії і на Тайвані.

Наприкінці 2015 р. розробник R-Keeper компанія UCS вступила в стратегічний альянс з групою компаній Rambler & Co, продавши їй 50% частки в своєму статутному фонді.

Список використаних джерел:

1. Шикіна О. В. Динаміка розвитку міжнародної готельної індустрії на прикладі готельних мереж. *Актуальні проблеми економіки*. 2018. №12 (210). С. 82-91.

2. Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Козловський Р. С. Тенденції розвитку європейського ринку готельних послуг. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Науки: економіка, політологія, історія*. 2019. № 5 (268). С. 216-233.

3. Шикіна О. В., Гончаренко Я. Є., Козловський Р. С. Дослідження функціонування міжнародної готельної мережі «Hilton». *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2019. №5 (22). С. 175-181.

4. Шикіна О. В. Дослідження функціонування міжнародної готельної мережі «Marriott». *Приазовський економічний вісник*. 2019. №6 (17). С. 222-227.

5. Шикіна О. В. Моніторинг структури готельних брендів Європи. *Науковий вісник Одеського національного економічного університету. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. Науки: економіка, політологія, історія*. 2019. № 3 (266). С. 178-201.



РОЗДІЛ 8. МАРКЕТИНГ ТА ЛОГІСТИКА





ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ КОНСАЛТИНГОВИХ ПОСЛУГ У ГАЛУЗІ МАРКЕТИНГУ

Тенденції розвитку ринку маркетингового консультування свідчать, що навіть в умовах відносної стабільності економіки нашої країни можна говорити про деяке пожвавлення ринку консультування, як частини професійних послуг з супроводу розвитку підприємств. Драйвером розвитку стають ті сектори економіки, де відбувається трансформація чи зміна технологічної парадигми. Ці процеси зазвичай відбуваються під контролем або з ініціативи держави – за прикладами не треба далеко ходити: цифровізація, розвиток агропромислового комплексу, імпортозаміщення, конверсійні процеси, будівництво. Держава, як і в багатьох розвинених країнах, сьогодні виступає замовником для розвитку цілих галузей економіки. Тому досвідчені маркетингові консультанти та компанії завжди затребувані.

Ринок маркетингового консультування стабілізувався щодо кількості компаній, які успішно нарощують свою експертизу. Кількість реально працюючих консалтингових компаній зростає на 1-2% щороку.

Бар'єри входу для компаній на ринок залишаються досить високими – споживачі вимогливі і запитують у консультантів реальний, а не показний досвід і особливі знання, які вони не зможуть знайти в жодному іншому місці. Можна сміливо сказати, що ринок маркетингового консультування в Україні повною мірою сформувався як експертний ринок.

Сучасні підприємства, незалежно від сфери діяльності, потребують налагодження зв'язків із споживачами, партнерами, постачальниками та посередниками і, відповідно, створення ефективної комунікаційної політики. Маркетингова політика комунікацій поєднує в собі переваги сучасної теорії комунікацій та елементи комплексу маркетингу і застосування інтернет-маркетингу. Отже, актуальність дослідження цього питання полягає в тому, що на сучасному етапі розвитку використання маркетингової комунікації виступає одним із основних напрямів створення діючих механізмів управління діяльністю підприємства, які здатні забезпечити його ефективне функціонування в умовах ринкової економіки.

Для створення та налагодження комунікативного каналу чи зв'язку зі споживачем фірма використовує такі інструменти маркетингової комунікативної політики, які часто переплетені між собою [3]:

- Реклама та рекламна діяльність.
- Персональний продаж.
- Стимулювання збуту та продажу.
- PR.
- Інтернет-комунікації.
- Прямий маркетинг.



У фінансовому відношенні ринок дещо підріс. Такий сигнал свідчить швидше за все не лише про відносне підвищення попиту, а й про відкриття нових цікавих сучасних напрямів маркетингового консультування, наприклад, аналізу великих даних. Вже зараз, менше половини дослідницьких проєктів стають традиційними польовими методами – опитування пішли у цифру та трекінги споживчої поведінки. Найбільш затребуваною темою консалтингу є інтернет маркетинг і робота з даними, маркетинговий аналіз, BigData тощо [1; 3]:

- Маркетинговий аналіз, робота з даними, BigD;
- Дизайн, асортимент, нові продукти;
- Інтернет-маркетинг, соціальні мережі;
- Брендинг, управління нематеріальними активами;
- Програми лояльності, інжиніринг ком'юніті;
- Позиціонування, конкурентна боротьба;
- Маркетингова стратегія, планування, аудит;
- Супровід досліджень;
- Трейд, косьюмер, директ та ін. немедійка;
- Реклама, креатив, медіа-планування;
- Логістика, канали, дистрибуція, роздріб;
- Ціноутворення, знижки.

Сьогоднішній споживач став цифровим. Фактично, дослідники і консультанти можуть отримувати надлишковий обсяг інформації з «цифрового сліду» споживача. Можна навіть сказати, що йдеться про аналіз цифрової особи або цифрового двійника споживача. Це найважливіший момент, який відкриває нові перспективи перед підприємствами, котрі вже зараз готові вбирати новий досвід від маркетингового консультанта [2; 4].

У той же час, в умовах змін, проблемною точкою стає формулювання технічного завдання на роботи, адже, як і у будь-якій новій справі, треба спочатку розібратися з можливостями, а потім їх уже використовувати. Актуалізація потреби у потенційного клієнта – дуже цікаве завдання, і в найближчих періодах очікується масовий прихід на ринок маркетингового консультування своїх нових мікроінфлюенсерів, які будуть писати цікаві книги та статті з розповідями про нові можливості.

Як і раніше, основним конкурентом для маркетолога-дослідника виступає його колега-дослідник, але працюючий усередині компанії. А ось кількість осіб, що впливають на рішення про запрошення консультанта, тільки зростає – це і керівники маркетингу, і топ-менеджери, і власники компаній. Як і раніше, можна сміливо сказати, що консультанти з реальною експертизою, і особливо в умовах цифрової економіки, потрібні сьогодні і будуть потрібні завтра.

Ринок маркетингового консультування зростає також і за рахунок практичних рішень. Консультуються та аутсорсуються функціонали по роботі з соціальними мережами, пошук рішень для управління каналами продажів в інтернет-маркетингу, взагалі все, що стосується SMM та пов'язаних областей,



клієнти вважають за краще довірити знаючим експертам. У портфелі компаній спостерігається кратне зростання таких проєктів. І це не дивно, адже перш ніж вкладатися, наприклад, у цифровізацію бізнесу, треба розуміти під які проєкти майбутнього робити таку інвестицію. Грамотно побудована стратегія стає нагальною необхідністю для сучасних компаній.

Маркетологи-стратегі повинні враховувати не тільки швидкість зміни нових технологій та появи нових, але й враховувати ті закони, за якими відбуваються зміни на ринках, тобто мають володіти компетенціями, пов'язаними з отриманням нових даних та обробкою їх – знаними компетенціями. Стратегія стає мультидисциплінарною практикою.

Все частіше на одному проєкті присутні консультанти у галузі організаційних змін, стратегії, маркетингу, продажу, психологів, фасилітаторів, знаних технологів тощо. Поєднується світовий та український досвід, створюються нові стійкі альянси зі своєю спеціалізацією. Від консалтингових компаній очікують лише працюючі механізми, нові ідеї та практику їх впровадження. Конкуруючи на полі великого бізнесу зі світовими гігантами, українські консалтингові компанії пропонують власні напрацювання та методики. На проєкти запрошуються спеціалісти світового рівня як консультанти, так і профільні фахівці.

Консультанти та консалтингові компанії все частіше діляться досвідом та напрацюваннями у публічній сфері та в освітніх проєктах. Маркетинг сьогодні – це не лише розвиток продажу.

Маркетинг як такий на сьогодні – це досить вузька консалтингова спеціалізація. Замовники чекають від консультантів універсальних знань у всій маркетинговій сфері, а також подальшого супроводу запровадження запропонованих рекомендацій.

Список використаних джерел:

1. Богашко О. Л. Використання сучасних цифрових технологій у маркетингу. *Актуальні проблеми маркетингового менеджменту в умовах інноваційного розвитку економіки* : Матеріали VIII Міжнародної наук.-практ. конф. здобувачів та молодих вчених (Луцьк, 26 березня 2021 р.) / відп. ред. Войтович С. Я. Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2021. С. 309–311.

2. Богашко А. Л. Особенности развития экономики знаний в современных условиях. *Актуальные проблемы экономики, менеджмента и маркетинга в современных условиях* : материалы международной научно-практической заочной конференции (г. Алматы, 23 января 2019 года). Алматы : Алматинская академия экономики и статистики. 2019. С. 161–165.

3. Зеліч В. В., Сойма С. Ю., Криса В. В. Роль і значення комплексу інструментів маркетингових комунікацій та їх вплив на діяльність підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 43. С. 160–167.

4. 10 головних маркетингових трендів в 2020 році: контент, реклама, SMM, SEO. URL : <https://dan-it.com.ua/uk/blog/10-golovnih-marketingovih-trendiv-v-2020-roci-kontent-reklama-smm-seo/>. (дата звернення 07.02.2022).





Вербицький К. В., Скляренко А. Л.,

здобувачі вищої освіти СВО магістр, ОПП Маркетинг
Науковий керівник - **Лишенко М.О.**, д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу та логістики
Сумський національний аграрний університет

МАРКЕТИНГОВА КОНЦЕПЦІЯ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ ЗАПАСАМИ В БІЗНЕС СТРУКТУРАХ

Основою переходу України до ринкової економіки є поява розвинутого конкурентного середовища, яке потребує від менеджерів розробки стратегій задля здобуття конкурентних переваг, збільшення долі ринку та масштабу його покриття. Передумовою вирішення даної проблеми є зосередження уваги керівництва на вдосконаленні виробничих процесів, а саме управлінні матеріальними запасами. Логістичний підхід, як засіб досягнення зазначеної мети, успішно використовується у західних країнах. Результатом впровадження даного підходу в систему управління матеріальними запасами є раціональне використання оборотних активів, скорочення виробничого циклу та зниження витрат виробництва. На сучасному етапі розвитку головною задачею логістів в системі управління матеріальними запасами є визначення їх оптимального рівня, при якому витрати на їх зберігання мінімізуються, а оборотність запасів збільшиться, що дозволить покращити й рівень обслуговування споживачів. Однак для подальшого ознайомлення з сутністю, методами та особливостями стратегій управління матеріальними запасами слід навести визначення самого поняття «запасів» (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи до визначення поняття «запаси» у збутовій діяльності

Науковці	Трактування
М.В. Дубініна	Виокремлює два види складських запасів – виробничі та товарні, при цьому зазначає, що виробничі запаси – це матеріальні цінності, що знаходяться на складі підприємств виробничої сфери і призначені для подальшого використання; а товарні запаси – матеріальні цінності які знаходяться на складі, але призначені для продажу [4, с. 47]
К.Л. Багрій	Виробничі запаси – це вартість запасів, малоцінних швидкозношуваних предметів, сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, покупних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, запасних частин, тари, будівельних матеріалів та інших матеріалів, призначених для споживання в ході нормального операційного циклу [1, с. 51]
Н.Б. Кащена	Виробничі запаси – це вартість сировини, основних матеріалів, що становлять основу виготовленої продукції, придбаних напівфабрикатів і комплектуючих виробів, допоміжних речовин
М.С. Білик	Виробничі запаси – це сировина, основні матеріали, що комплектують вироби і інші матеріальні цінності, призначені для виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, обслуговування виробництва і адміністративних потреб [2, с. 255].
А.М. Гаджинський	Матеріальні запаси – це матеріальна продукція, яка очікує вступу: в процес виробничого споживання; в процес продажу; в процес особистого споживання [3, с. 318].

Джерело: сформовано автором на основі джерел [4, с. 47; 1, с. 51; 2, с. 255; 3, с. 318]



Важливим фактором впливу на ефективність роботи підприємства є рівень обслуговування. Він визначається наступними параметрами: тривалістю циклу обробки та виконання замовлення, нормою насичення попиту (частка замовлень, які можуть бути виконані за всіма параметрами) – за обсягом та асортиментом замовлення, загалом за всіма замовленнями або в будь якій комбінації цих параметрів. Ще одним обов’язковим механізмом управління матеріальними запасами підприємства є принцип «зворотного зв’язку». Під час перетворення сировини в готовий продукт та подальшого руху цього продукту до споживача відбувається розподіл матеріальних запасів на два підвиди: виробничі та товарні запаси, кожен з яких ділиться ще на три групи – сезонні, страхові та поточні (рис. 1).

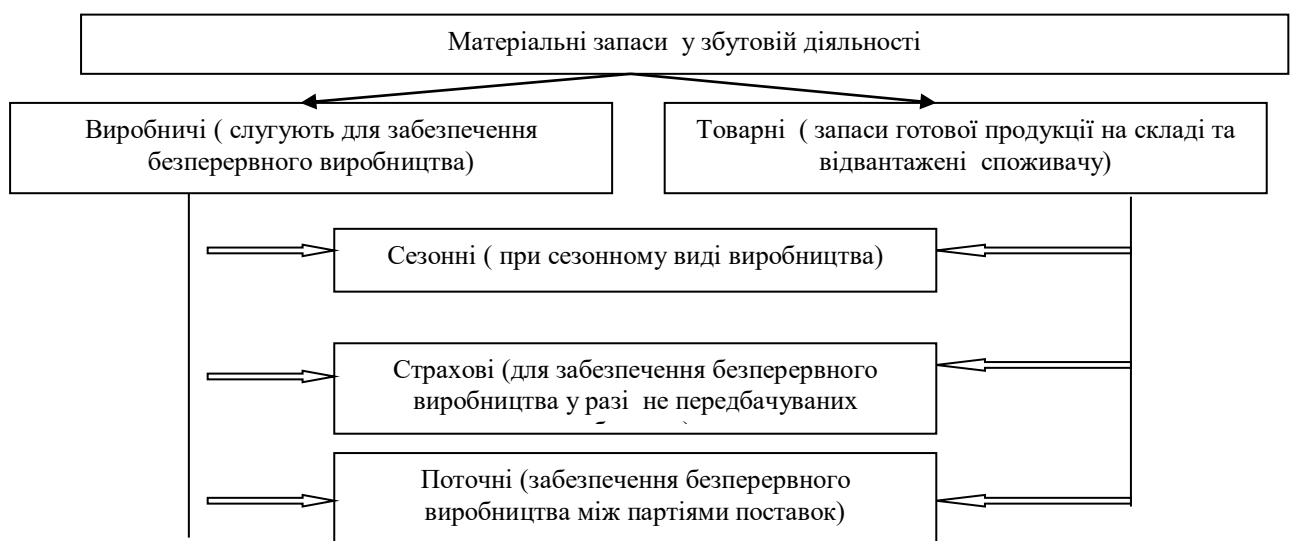


Рис. 1- Основні види матеріальних запасів оптового підприємства
Джерело: сформовано автором на основі джерел [5]

З даних рисунку 1 слід визначити, що запаси виконують ряд функцій, які забезпечують підвищення гнучкості в управлінні підприємством: нагромадження, забезпечення безперервного виробництва, урівноваження попиту й пропозиції, захищеність від невизначеності (за рахунок страхових запасів). Чітко визначена система оформлення операцій, щодо руху матеріальних запасів забезпечують ефективність їх організації. Для аналізу матеріальних цінностей необхідно вивчити їх структуру, яка передбачає групування запасів за їх функціональною роллю на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Багрій К. Л. Особливості аналізу ефективності використання матеріальних запасів підприємства. *Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. Економічні науки. Серія: «Облік і фінанси»*. 2010. Вип. 7(25), Ч. 1. С. 50–58.

2. Білик М. С., Кобилух О. Я., Кіндрацька Г. І. Ідентифікація запасів в управлінні логістичною системою. *Вісник національного університету*



«Львівська політехніка». 2010. № 669. С. 254–261.

3. Гаджинський А. М. Логістика. М.: ВД «Дашков і Ко», 2018. 408 с.

4. Дубініна М. В. Сутність виробничих запасів як складової частини процесу виробництва. *Тенденції та закономірності розвитку обліково-аналітичного забезпечення в Україні*. Тези доповідей науково-практичної конференції. Миколаїв : НУК. 2017. 156 с.

5. Макаренко Н.О. , Лищенко М.О. Логістичний підхід до раціонального управління й координації поточкових процесів в аграрних підприємствах. *Вісник Харківського національного аграрного університету ім.В.В. Докучаєва. Серія «Економічні науки»*. № 3. 2020. С. 121-131.





Виниченко А.А.,
Кобелева Т.О., д.е.н., професор,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ В АГРОБІЗНЕСІ

Актуальність та важливість обраної теми дослідження у тому, що в даний час підприємства та організації неспроможні нормально функціонувати без розробки комплексу маркетингу. Кожному підприємству потрібно знати яку продукцію, у якому обсязі, де, коли і за якими цінами необхідно виробляти. Чим краще розроблений для підприємства комплекс маркетингу, тим ефективнішим буде його діяльність. Для ефективної розробки комплексу маркетингу необхідно вивчати попит продукції, ринки її збуту, їх місткість, реальних і потенційних конкурентів [1-5].

Комплекс маркетингу – це оперативна діяльність, кожна складова якої – результат глибокого економічного аналізу та комерційних розрахунків нерідко на основі економіко-математичних методів. До цього додамо важливу роль маркетингової інтуїції, що у деяких ситуаціях є визначальним. Важко ранжувати складові комплексу маркетингу з їхньої значущості для успішної комерційної діяльності фірми, оскільки досягнення поставленої мети можливе за умови ефективності кожного з чотирьох «Р».

Під час розробки товарної політики головними проблемами є:

- а) інновації (створення нових товарів чи оновлення наявних);
- б) забезпечення якості та конкурентоспроможності товарів;
- в) створення та оптимізація товарного асортименту;
- г) вирішення питань про товарні марки;
- д) створення ефективної упаковки (для відповідних видів продукції);
- е) аналіз життєвого циклу товару та управління ним.

Всі названі проблеми в достатній мірі характерні і для агропромислового комплексу нашої країни.

Агропромисловий маркетинг як самостійний напрямок маркетингу передбачає вивчення, прогнозування та здійснення підприємницької діяльності суб'єктів господарювання в галузі виробництва, зберігання, переробки, транспортування та реалізації сільськогосподарської продукції з метою отримання високих результатів ринкової діяльності.

З метою підвищення ефективності агропромислового комплексу необхідно вдосконалення управління виробництвом сільського господарства. У разі ринкової економіки відбуваються зміни у виробничо-господарській діяльності, з урахуванням чого необхідно вдосконалення управління. На даний момент підприємства агропромислового комплексу функціонують у так званих умовах нестабільності через недосконалість господарського механізму, нестачу комерційної інформації, слабкого аналізу факторів зовнішнього середовища (поведінка покупця, зміни ринкової кон'юнктури, появи нових товарів та ін.),



відсутності практичного досвіду роботи на ринку. У зв'язку з цим потрібний перегляд та активізація досліджень, спрямованих на ефективне доведення сільськогосподарської продукції до споживача. Тобто підприємствам агропромислового комплексу необхідне вдосконалення маркетингу [3].

Свої сучасні тенденції та специфічні особливості має аграрне виробництво: наявність багатокладної економіки та самостійних суб'єктів господарювання; руйнування існуючих раніше виробничо-господарських та фінансово-економічних зв'язків між організаціями АПК та формування їх на принципово іншій основі з урахуванням вимог ринкової економіки; зміна системи управління в організаціях та недостатній рівень компетентності нових власників у питаннях управління; слабе використання вимог раціональної організації виробництва, планування, стимулювання, недостатній облік та контроль; ослаблення регулюючого адміністративного впливу держави на суб'єктів господарювання та процес агропромислового виробництва. Ці аспекти мають певний вплив на організацію управління. Вочевидь, що у підприємств АПК істотно впливає діюча система управління сільськогосподарським виробництвом [2]. Доцільно виділити основні зміни в системі управління, які сприяють її розвитку та вдосконаленню, а також підвищують ефективність: скорочення витрат на управління, при незмінних або поліпшуються показники управління (індекси результативності та ефективності апарату управління); покращення якості управлінської діяльності, при постійному обсязі витрат на управління; незначне збільшення витрат за управлінський апарат підприємства, що супроводжується істотним зростанням показників якості управління. У поняття економічної ефективності заходів щодо вдосконалення системи управління на підприємстві закладено низку взаємопов'язаних факторів [1, 2]. Слід звернути увагу, що поняття «ефективність управління» за своєю суттю ширше, ніж «економічна ефективність управління», оскільки входить як економічний, і політичний і соціальний ефект та інші. Якщо на сільськогосподарських підприємствах формально існують або взагалі відсутні керівники в економічних, фінансових, маркетингових підрозділах, які відповідальні за те, що відбувається в даній сфері, це істотно знижує ефективність управління. У штатному розкладі не лише господарств, а й районних, обласних управлінь часто відсутня низка важливих посадових осіб, включаючи маркетолога, юристконсульта, спеціаліста з інформаційних технологій. Їх відсутність тягне за собою закріплення за керівниками, що залишилися, не властивих їм функцій, що, природно, знижує ефективність управління, незважаючи на певну економію коштів. У результаті необхідно удосконалення системи маркетингу в АПК [3, 4].

Під агромаркетингом розуміється ціла система, яка потребує регулювання та управління. Сільськогосподарське підприємство не є самозабезпечуючим, тому між ним та навколишнім маркетинговим середовищем відбувається постійний обмін ресурсами та інформацією. Система агромаркетингу включає комплекс найбільш істотних ринкових відносин та інформаційних потоків, які



пов'язують сільськогосподарське підприємство з ринками збуту її товарів. Схема взаємодії сільськогосподарського підприємства із зовнішнім маркетинговим середовищем має дуже велике значення [1, 2]. Таким чином, для підвищення ефективності та вдосконалення агромаркетингу необхідно налагоджувати зв'язки з ринком та елементами його маркетингового середовища, спрямовувати на нього інформацію, продукцію сільськогосподарського виробництва та послуги, а в обмін отримувати гроші та інформацію, сировину, послуги тощо. Результати аналізу збутової діяльності сільськогосподарських підприємств можуть використовуватися при виборі та реалізації стратегії та тактики маркетингової діяльності.

В результаті можна дійти невтішного висновку, що вдосконалення системи управління та маркетингу в АПК необхідний чинник у розвиток та підвищення ефективності підприємств. Скорочення витрат на управління, поліпшення якості управлінської діяльності та незначне збільшення витрат на управлінський апарат підприємства – це ті зміни, що ведуть до вдосконалення та розвитку системи управління. Також невід'ємною частиною вдосконалення є агромаркетинг підприємства, який знаходиться в постійному контакті із зовнішнім середовищем, тому необхідно налагоджувати зв'язки з ринком, куди слід спрямовувати інформацію, продукцію та послуги, отримуючи у відповідь гроші, сировину тощо.

Список використаних джерел:

1. Манєвська А.О., Перерва П.Г. Перспективи розвитку агропромислового комплексу України // *Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої*, присвячена пам'яті професора Г.П.Жемели : матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. Полтава : ПДАУ, 2021. С. 244-247.
2. Литвинова О.М., Перерва П.Г. Розвиток програмно-цільового методу планування на підприємствах агропромислового комплексу // *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації*: зб. тез наук. робіт 3-ї міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. Кременчук, 2018. С. 66-69.
3. Білоусько Т.О., Перерва П.Г., Маслак М.В. Трансфер технологій на підприємствах агропромислового комплексу. *Сучасні технології менеджменту* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., 7 листопада 2018 р. / відп. ред. Л. М. Черчик. – Луцьк : СНУ, 2018. – С. 26-28.
4. Кобелева А.В., Перерва П.Г. Форми та методи комерціалізації інтелектуально-інноваційних технологій на аграрних підприємствах // *Інновації управління продуктивністю та поліпшення якості зерна пшениці озимої*, присвячена пам'яті професора Г.П. Жемели: матеріали Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф., 30 вересня 2021 р. Полтава: ПДАУ, 2021. С. 241-244.
5. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)





Гарна У.Ю.,

Косенко А.В., к.е.н., доцент,

Перерва П.Г., д.е.н., професор,

завідувач кафедри економіки бізнесу,

Національний технічний університет «ХПІ»

ФАКТОРИ ЕФЕКТИВНОСТІ СЕНСОРНОГО МАРКЕТИНГУ

Сучасний маркетинг вже не обмежується продажом тільки безпосередньо товарів та послуг. На сьогоднішній день складно продати просто товар чи послугу. Споживачам потрібне щось більше. Їм потрібні відчуття, враження про товар. Тепер компанії продають емоції та створювані ними образи. Для того, щоб споживачі отримали ті емоції, які вони очікують (або не очікують), слід впливати на них через органи чуття. Кожній людині необхідно бачити, чути, нюхати, відчувати і розпізнавати за смаком. Для нього важливо, щоб бренд не обманював і по всіх сенсорних каналах передавав несуперечливі факти про себе [1-5]. Ідея сенсорного маркетингу належить відомому будівельнику брендів та консультанту корпорацій Disney's, Mars, Pepsi, American Express, Mercedes-Benz, McDonald's, Microsoft Мартіну Ліндстрому. Він наголошує на тому, що традиційні методи реклами ми сьогодні неспроможні: «Брендинг треба переорієнтувати ... на зорово-слухове сприйняття і знайти спосіб посилати сигнали та повідомлення, використовуючи всі п'ять органів почуттів людини» [1, с.139]. Ту інформацію, яку людина отримує через канали сенсорного сприйняття, залишається в пам'яті надовго і є основою при подальших міркуваннях про покупку. Результати досліджень у галузі застосування сенсорного маркетингу, які наводить Мартін Ліндстром, вражають: якщо процес придбання покупки супроводжується приємним звуком, то кількість придбаного товару зростає на 65%, приємний смак збільшує кількість покупок на 23%, приємний за пах – на 40%; товар, приємний на дотик, - на 26%, а приємний на погляд - на 46% [1, с.140].

Сенсорний маркетинг — тип маркетингу, основним завданням якого є вплив почуття людей, з їхньої емоційний стан із збільшення продажів. Пряме звернення реалізується через аромамаркетинг прийоми - аромапідпис, ароматизацію приміщення, ароматизацію безпосередньо продукції; а також тактильно-маркетингові прийоми - текстурування та фактур упаковок та малої поліграфії, фірмової промодуції та інші. Непряме звернення реалізується через візуальні та аудіальні образи реклами — засновано на властивості психіки трансформувати усічені образи в цілісні, доповнювати отриману інформацію з урахуванням досвіду.

Основною метою сенсорного маркетингу є покращення настрою покупця. Чим найбільш комфортна та розслаблююча атмосфера створена навколо товару, тим вище бажання у споживача його придбати. Використання сенсорного маркетингу виробляє у споживача асоціації музики, звуків, запахів, кольорів з певними товарами. Маркетингові консультанти впевнені, що сенсорний маркетинг допомагає виробити у людини умовний рефлекс - чітку асоціацію мелодії, звуків, запахів, кольорів із певними брендами. Головне завдання



сенсомаркетингу (sensory marketing) цілком нешкідливе: покращити настрої покупця, адже більшість споживачів чекають від шопінгу приємних емоцій.

Світло та колір. За даними National Association of Lighting Manufacturers, тепле світло покращує зовнішній вигляд шкіряних виробів, а холодне освітлення шанобливо при продажі джинсів і костюмів. Фахівці радять дотримуватись правил 80–20. Нейтральні кольори повинні займати 80% простору магазину, а кольорові акценти – 20% [1, с.139]. Не менш важливий аспект при використанні кольору в маркетингових комунікаціях – національні та етнічні переваги кольору. Наприклад, у США червоний колір асоціюється з любов'ю, жовтий – з процвітанням, зелений – з надією, блакитний – з вірністю, білий уособлює чистоту, спокій, світ, а чорний – символ складної ситуації, жалоби. У Китаї червоний колір означає доброту та відвагу, чорний – чесність, а білий, на відміну від прийнятого європейцями символу чистоти, асоціюється з підлістю та брехливістю.

Запах. Найцінніша і найпотужніша з усіх п'яти почуттів – це нюх. У приміщенні з приємним запахом покупець, згідно з даними міжнародної корпорації Allsense Group, готовий платити на 10–15% більше за той самий продукт (у порівнянні з магазином «без запаху»). Наприклад, запах цитрусів викликає в людини почуття щастя, лаванда та зелений чай – заспокоюють, ваніль та амбра створюють відчуття надійності та комфорту, а квіткові запахи – символ романтики чи авантюризму. Аромамаркетинг на 38% здатний збільшити кількість відвідувачів (за даними VTL та трейд-маркетинг агентства Activity Group та компанії Aromaco).

Дотики. Дослідження показали, що, торкаючись продукту, покупець здатний подумки вже уявити, як він володіє цим продуктом. Тому, експерти радяться власникам роздрібу використовувати дерево, а не метал або пластик для вітрин зі своїми товарами. Дерев'яні столи підштовхують покупця чіпати товар, сприяють бажанню купити.

Музика. Ритм і мелодія впливають на те, як швидко і яким чином покупець переміщується по магазину, а також як довго він у ньому залишається. Звук – це особливий чинник на психіку людини, пов'язаний насамперед із психофізіологічними особливостями сприйняття. Звук відбивається у свідомості як особливого психічного образу. Музика може спричинити поведінку покупця. Неабияка роль слухового сприйняття особливо відзначається в експериментальних дослідженнях ефективності впливу рекламних засобів на аудиторію. За допомогою звукового впливу людина запам'ятовує і може відтворити 70% рекламної інформації, а за допомогою візуального – 72%. Одночасна дія аудіального та візуального рядів є найефективнішою – 86%.

Під керівництвом декана Коледжу бізнесу та економіки Університету штату Вашингтон Еріка Спангенберга було проведено низку досліджень дії аромамаркетингу. Так, в одному з експериментів покупцям спортивного взуття запропонували вибирати кросівки у двох ідентичних приміщеннях. Різниця була лише в тому, що в одному з них розпорошили тонкий квітково-фруктовий аромат. 84% респондентів сказали, що воліють купувати кросівки у приміщенні



із приємним запахом. Крім того, коли по вимогах попросили оцінити вартість взуття, середній чек «запашних» пар опинився на 10 \$ вище [1, с.140].

Паризьке метро, що є першопрохідником на даному шляху, вже протягом кількох років застосовує аромамаркетинг для створення високоякісного обслуговування. У поїздах та на станціях метро розпиленням ароматів досягається дві мети – нейтралізація неприємних запахів та формування сприятливого середовища, що знімає напругу та стрес у години пік. Туристичне агентство Navas у Франції відтворює в офісах компанії атмосферу пропонуваніх місць відпочинку, створюючи запах екзотичних чагарників тропіків, морського нагрітого піску і таким чином, незабутнє враження на клієнта, тим більше, якщо на вулиці не дуже жарко. Таким чином, можна стверджувати, що сенсорний маркетинг – допомагає продавати та продавати ефективно. Створюючи емоції, почуття, відчуття, він формує у свідомості споживача особливий унікальний образ, який буде працювати на бренд.

Сенсорний маркетинг давно став предметом пильної уваги як у науковому співтоваристві, так і в ЗМІ. Відносно мала кількість досліджень, проведених у цій галузі, не заважають зробити висновок про те, що нейровізуалізація – інструмент майбутнього, що відкриває широкі можливості перед маркетологами. Його головна перевага полягає в тому, що він дає доступ до інформації, яка недоступна звичними способами.

Список використаних джерел:

1. Кирсанова А.Н. Потенціал сенсорного маркетинга // *Менеджмент и маркетинг – вызовы XXI века*: матеріали III Всерос. студ. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2015. С.138-140.

2. Волченко А.С., Перерва П.Г. Інформаційні технології інтелектуального позиціонування сенсорного маркетингу // *Роль і місце інформаційного права і права інтелектуальної власності в сучасних умовах. Креативні індустрії* : зб. матеріалів 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 44-50. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55526>.

3. Гарна У.Ю., Перерва П.Г. Інформаційне забезпечення принципів аромамаркетингу // *Роль і місце інформаційного права і права інтелектуальної власності в сучасних умовах. Креативні індустрії*: зб. матеріалів 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 44-50. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55516>.

4. Волченко А.С., Перерва П.Г. Сенсорний маркетинг як складова інтелектуального позиціонування товару на ринку // *Роль і місце інформаційного права і права інтелектуальної власності в сучасних умовах. Креативні індустрії*: зб. матеріалів 3-ї Всеукр. наук.-практ. конф. Київ, 2021. С. 44-50. URL: <http://repository.kpi.kharkov.ua/handle/KhPI-Press/55378>.

5. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)





Глухова С.В., к.е.н, доцент,

доцент кафедри маркетингу

Національний технічний університет «ХПІ»

Кильницька Є.В., к.е.н., доцент,

доцент кафедри економіки та бізнесу

Харківський національний університет будівництва та архітектури

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЯК ОСНОВА СТІЙКОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ

Сучасні умови щільної конкуренції та посилення негативного впливу чинників зовнішнього середовища обумовлюють постійний пошук вітчизняними підприємствами шляхів утримання та зміцнення своїх ринкових позицій.

Саме фіксація ринкового положення, максимально можливе охоплення сегменту та умовно незмінне функціонування в ринковій площині стають першорядними завданнями забезпечення конкурентоспроможності сьогодні.

З цієї позиції, доцільним є сучасне переосмислення сутності самого поняття «конкурентоспроможність». Враховуючи динамізм ринкового оточення, рухливість його кон'юнктури та нестійку соціально-економічну ситуацію ззовні ринкової системи, утворення конкурентних переваг та досягнення стабільно високого конкурентного положення на ринку можливе виключно через призму процесу її забезпечення як основоположного у набутті конкурентного статусу суб'єкта господарювання.

Враховуючи вищезазначене, в першу чергу, доцільно уточнити сутність поняття «конкурентоспроможність» та адаптувати її до реалій сучасного бізнесу.

Компаративний аналіз наукової літератури [1-5] з питань і сутнісного наповнення поняття «конкурентоспроможність» виявив, що більшість вчених визначають її за функціональним принципом, а саме виокремлення таких основних підходів, як: виробничий, управлінський, стратегічний, ресурсний. При цьому кожна з позицій науковців є ґрунтовною та не може підлягати сумнівам, оскільки в тій чи іншій мірі вказані функціональні аспекти домінують на підприємствах за різних ринкових умов.

Для конкретизації досліджуваної проблематики, вважаємо за доцільне звернутися до базової дефініції, що породжує саме поняття конкурентоспроможності, а саме конкуренцію. В цьому питанні автори приймають позицію сучасних науковців, згідно якої конкуренція розуміється як природній стан ринку, де функціонує декілька виробників й споживачів, кожен з яких прагне до формування унікальних благ та шляхом конкурентної боротьби між собою [4].

Така позиція є прийнятною з декількох причин:

- виокремлює мету забезпечення конкурентоспроможності - набуття монопольного положення;

- визначає засіб досягнення генеральної мети - та шляхом конкурентної боротьби між собою;



- характеризує умови досягнення поставлених цілей - стан ринку, де функціонує декілька виробників й споживачів.

При цьому переважна більшість науковців [1-5] наголошує, що підґрунтям конкурентоспроможності є конкурентні переваги. В цьому контексті, задовільною та об'єктивною є думка Чорної М.В.[4, с. 37], яка визначає конкурентні переваги наявністю унікальних, або вищого рівня, властивостей та умов, що створені в результаті ефективного здійснення функцій підприємствами та надають вигоди порівняно з конкурентами на конкретному ринку [4, с. 37]

З огляду на це, також можна погодитися із твердженням [5], що визначати конкурентоспроможність необхідно як симбіоз стратегічного та управлінського підходів, з урахуванням особливостей торії конкуренції, а саме як здатність до своєчасного реагування на зміни ринкових запитів, які вникають у безперервній конкурентній боротьбі шляхом ефективного застосування, комбінування або створення таких конкурентних переваг, що потенційно може надати підприємству тимчасове монопольне положення на ринку.

Базуючись на поданих твердженнях пріоритетним стає визначення сутності та змісту самого процесу забезпечення як ключового інструменту набуття конкурентоспроможності підприємством. Для цього слід звернутися до базових категорій й тлумачень цього поняття.

В довідниковій літературі [6] «забезпечення» характеризується як:

1: дія – за значенням забезпечити;

3. засоби для існування.

При цьому, зазначимо, що жодне з поданих тлумачень не суперечить із визначеними вище поняттями конкуренції та конкурентоспроможності, тому забезпечення конкурентоспроможності ідентифікуватиметься як комплекс дій, спрямованих на здобуття доміантної ринкової позиції, яка є засобом засіб до функціонування в ринковому просторі для підприємства.

Таким чином, структурно процес забезпечення конкурентоспроможності містить такі елементи:

- Функціональний елемент – сукупність дій та процесів
- Трансформаційний елемент - Зміна ринкового статусу підприємства
- Цільовий елемент – конкретну мету забезпечення.

При цьому жоден з них не може розглядатися окремо, а є частиною всього комплексу забезпечення конкурентоспроможності. Тому можна стверджувати, що забезпечення конкурентоспроможності має системно-цільовий характер, а його будова характеризується певним взаємозв'язком структурних елементів (рис.1).

Запропонований підхід має низку принципових особливостей, які мають основоположний характер в авторському бачення забезпечення конкурентоспроможності підприємств:

1) всі структурні елементи є цілісними та нерозривними одне від одного як складові частин цілого. Тобто без формування мети неможливо



визначити дії із забезпечення конкурентоспроможності та вплинути на ринковий стан підприємства і навпаки – зміна ринкового стану призводить до корегування цілей підприємства й відповідно дій;

2) забезпечення конкурентоспроможності є одночасно і метою і наслідком тріади структурних елементів, породжуючи циклічність не безперервність самого процесу.

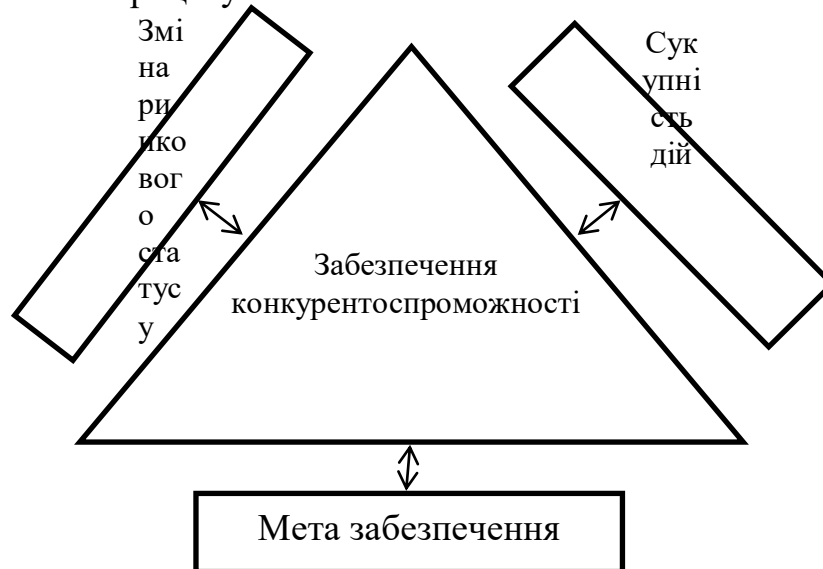


Рис. 1 Структурні елементи забезпечення конкурентоспроможності підприємства

Представлене авторське бачення сутності та структури процесу забезпечення конкурентоспроможності є підґрунтям розробки комплексної маркетингової стратегії підприємства, яка стане об'єктом подальших наукових досліджень.

Список використаних джерел:

1. Мельник К., Пташник С. Теоретичні засади конкурентоспроможності та її роль у розвитку підприємницької діяльності. *Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal*. 2018. Vol. 4. No. 2. P.98-114
2. Дудник О.В., Міненко С. Економічна природа понять «конкуренція та «конкурентоспроможність». *Причорноморські економічні студії*. 2018. №29. С.112-116
3. Варналій З.С. Конкуренція та підприємництво: монографія. К.: Знання України, 2015. 463 с.241.
4. Чорна М. В., Смольнякова Н. М., Волосов А. М. Конкурентні переваги підприємств ритейлу: фактор і результат конкурентних відносин *Бізнес Інформ*. 2018. № 3. С. 32-40
5. Зонвіре О. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності підприємств ритейлу: сутність і складові. *Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг*. 2020. №1. С.137-148
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.



SOCIAL RESPONSIBILITY AS THE BASIS OF COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE ENTERPRISE

Based on the concept of free-market competition, the economy is characterized by a high level of uncertainty in the behavior of consumers and competitors, as well as future changes in the enterprise environment. The key indicators that reflect the ability of any market entity to survive and thrive in the free competition are the level of competitive advantage of the entity and, consequently, its competitiveness.

Competitiveness - the completeness of the aggregate market requirements for products, which provides the entrepreneur with a certain rate of return. Competitiveness determines the ability to compete against similar objects in this market.

The competitiveness of the enterprise consists of several competitive advantages that are manifested in the market by comparing with the relevant indicators of competing enterprises [3].

Competitive advantages are factors that determine the advantage over competitors, measured by economic indicators.

Successful development of the enterprise, in the long run, is possible only if it will form competitive advantages. We can name the following types of competitive advantages:

- know-how, unique technologies, ability to create competitive products;
- innovation, rapid change of assortment in response to changing consumer preferences;
- availability of a qualified, loyal company and brand of staff;
- well-established, efficient business processes: sales, marketing, management, and staff motivation, budgeting, planning, project management, quality management, etc .;
- strong brand;
- relations with suppliers, especially if it is possible to even partially control the raw materials and raw materials;
- opportunities to lobby the interests of the enterprise or industry (relations with government agencies);
- ability to provide financing (connection with financial institutions and investors).

Thus, the realization of competitive advantages in the market largely determines the competitiveness of the enterprise, the nature of which is due primarily to the presence of many internal and external factors that determine it.

Sources of competitive advantages of the enterprise - the phenomena and processes of the internal environment of the enterprise and its external environment, which cause a change in the level of competitiveness. Among the key factors in ensuring the competitive advantage of enterprises are now most often innovation,



productivity, human resources, and social responsibility [4].

In today's world, the traditional approach to assessing competitiveness based on material and financial factors often leads to incorrect conclusions due to inadequate assessment of the ability of the economically successful enterprise to neutralize the negative impact on its business from competitors, government, and society.

Until recently, the prevailing view was that the main task of management is to obtain maximum profits for the company. Such an opinion today is gradually being replaced by the realization that the key to strategically sustainable prosperity of the enterprise is socially responsible behavior. Although the policy of social responsibility is aimed directly at making a profit, its consistent implementation is often the basis for the formation of certain competitive advantages. Arguments in support of social responsibility today are not so much ethical as pragmatic, perceiving social responsibility as a factor of commercial success, and sometimes the fundamental principle of the enterprise, compliance with which will increase the level of competitiveness.

The author of the theory of competitive advantage M. Porter believes that businesses should consider social responsibility as part of a long-term strategy, adherence to which will strengthen competitive positions, and abandonment of such behavior will lead to loss of competitive advantage [5]. After all, certain socially responsible decisions in business can be explained during a long complex process of analysis as those that represent a good chance for the company to obtain a long-term economic effect.

W. Werser and D. Chandler argue that the right balance of enterprise strategy, brand management, and social responsibility leads to the formation of sustainable competitive advantages. However, achieving this goal requires effective integration of the principles of sustainable development in the operating activities of the enterprise [2].

The matrix of business opportunities developed by the NGO AccountAbility International named the following benefits of social responsibility in emerging markets:

- saving resources used to attract and retain highly qualified workers;
- growth of the company's reputation by increasing customer loyalty and brand value, establishing partnerships with the government;
- increasing the effectiveness of risk management;
- access to new markets;
- saving non-production costs.

A very detailed review of the relationship between corporate social responsibility and financial performance, in which investors are interested, can be found in the work of Professor of Columbia Business School Geoffrey Heal [1]. It defines the role of corporate social responsibility policy as anticipating and minimizing conflicts between corporations and society. The list of benefits from corporate social responsibility programs offered by him includes:



- 1) risk reduction;
- 2) reducing the level of waste;
- 3) improving relations with regulatory authorities;
- 4) creating and maintaining a brand;
- 5) improving human relations and productivity of employees;
- 6) reducing the cost of capital.

Areas of activity in which the most likely to benefit from the implementation of the principles of social responsibility include finance, marketing, personnel management, and risk management. According to the selected areas are classified and competitive advantages are formed based on corporate social responsibility. The benefits of the company will be to create a stable business environment, reduce operational risks, strengthen trust in relationships with business partners and consumers, build the company's image, increase the effectiveness of marketing activities, increase productivity and, consequently, increase sales, financial performance, and capitalization.

Thus, social responsibility is the basis of the competitive advantages of the enterprise. The content of the concept of corporate responsibility largely depends on theoretical paradigms, local economic traditions, the specifics of doing business, and the period. Accordingly, there is no single definition of social responsibility and a specific list of competitive advantages that are formed during the implementation of socially responsible behavior of the enterprise.

Literature:

1. Heal, Geoffrey M., Corporate Social Responsibility – An Economic and Financial Framework (December 2004). Available at SSRN. URL : <http://ssrn.com/abstract=642762>.

2. Werther W, Chander D. 2005. Strategic corporate social responsibility as global brand insurance. // *Business Horizons*. 48. Pp. 317-324.

3. Заїка С.О., Грідін О.В. Управління інтелектуальним капіталом як чинник забезпечення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник ХНТУСГ: Економічні науки*. Харків: ХНТУСГ, 2016. Вип. 177. С. 176-186.

4. Котлер Ф., Фокс К. Стратегічний маркетинг для навчальних закладів. Пер. з англ. К.: УАМ, Вид. Хімджест, 2011. 580 с.

5. Портер Е. Майкл Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. 454 с.





Копитець Н. Г., к.е.н., с.н.с.

провідний науковий співробітник

Національний науковий центр «Інститут аграрної економіки»

Волошин В. М., к.с.-г.н.

завідувач відділу первинного та елітного насінництва

Національний науковий центр «Інститут землеробства

Національної академії аграрних наук України»

МОНІТОРИНГ ЦІНОВОЇ СИТУАЦІЇ ЗА ОСНОВНИМИ ВИДАМИ М'ЯСА

Важливим показником розвитку ринку споживчих товарів є ціна. В умовах ринкової економіки вона є грошовим показником виміру вартості товару та витрат на його придбання й використання. Ціна забезпечує певне задоволення потреб споживачів у процесі обміну. Саме від цін на товари залежать обсяги та структура їх споживання. В умовах обмеженого платоспроможного попиту значення ціни як чинника купівельних рішень зросло. До того ж усе частіше використовують термін «цінова доступність товару», який характеризує купівельну можливість споживача купити його в необхідній кількості для задоволення потреб, унаслідок чого ціна набула значення соціального індикатора [1].

Академік Шпичак О.М. зазначає, «найпоширенішою з усіх економічних категорій, з якою сикається людина, є ціна. Вона формує каркас економічних відносин, які виникають у процесі будь-яких явищ суспільного життя. Складність і унікальність дослідження категорії ціни полягає в тому, що вона є повсюдною та індивідуальною для кожного виду товару, а також їй притаманна просторово-часова динамічність» [2].

На ринку м'яса України в 2000-2020 рр. відбулися радикальні структурні зміни. Зокрема, в структурі виробництва м'яса частка свинини і яловичини істотно скоротилася, а частка виробництва м'яса птиці збільшилася. При цьому виробництво всіх видом м'яса сконцентровано в основному в сільськогосподарських підприємствах [3].

До критичного рівня зменшилася частка яловичини і телятини у структурі виробництва всіх видів м'яса. Це фактично звужує формування раціонального м'ясного балансу країни, де яловичина повинна займати не менше 30 %. Такі структурні зміни стали результатом кризових явищ у галузях скотарства та свинарства [4].

Наразі необхідним і актуальним є проведення моніторингу цінової ситуації за основними видами м'яса.

Закупівельні ціни на молодняк великої рогатої худоби вищої вгодованості станом на 29 жовтня 2021 р. зросли на 21,0 % порівняно з відповідним періодом 2020 р. і становили 47,34 грн/кг. Мінімальні закупівельні ціни у розмірі 36,00 грн/кг були у Миколаївській області, а максимальні – у Чернігівській області (68,00 грн/кг). Закупівельні ціни на свиней I та II категорій у цей період зросли на 3,0 % порівняно з відповідним періодом 2020 р. і становили 46,06 грн /кг. Найнижчі закупівельні ціни були на підприємствах Запорізької області (42,00



грн/кг). Найдорожче закупували свиней I та II категорій у Миколаївській області (52,00 грн/кг).

Оптово-відпускна ціна на яловичину I категорії станом на 29 жовтня 2021 р. в середньому по країні становила 112,43 грн/кг. Тобто зросла на 16,0 % порівняно з відповідним періодом 2020 р. У регіональному розрізі найнижчою (76,00 грн/кг) вона була у Житомирській області, а найвищою – у Полтавській області (165,00 грн/кг). Основною причиною зростання оптово-відпускної ціни на яловичину I категорії стало зростання собівартості за рахунок збільшення закупівельних цін на молодняк великої рогатої худоби, здорожчання електроенергії та газо- і водопостачання.

У досліджуваному періоді оптово-відпускна ціна на свинину II категорії коливається за регіонами від 72,00 грн /кг до 125,50 грн/кг. У середньому по Україні вона зросла на 6,0 % порівняно з кінцем жовтня 2020 р. і становила 90,01 грн/кг. Помірне зростання закупівельних цін на свиней I та II категорій та оптово-відпускних цін на свинину II категорії у 2021 р. пов'язане з нарощуванням поголів'я свиней у сільськогосподарських підприємствах, а відповідно відбулося збільшення обсягів вирощування свиней та збільшення обсягів імпорту свинини.

Оптово-відпускна ціна на птицю (тушка куряча) на кінець жовтня 2021 р. становила 48,00-74,50 грн/кг. В аналізованому періоді середня оптово-відпускна ціна на птицю (тушка куряча) в країні зросла на 27 % та становила 58,81 грн/кг.

У жовтні 2021 р., поміж основних видів м'яса, найбільших змін зазнали середні споживчі ціни на м'ясо птиці (тушку курячу) та філе куряче. Зокрема, у жовтні 2021 р. споживчі ціни на згадані види м'яса птиці зросли на 33,2 % та 30,5 % порівняно з жовтнем 2020 р. і становили відповідно 72,42 грн/кг і 117,47 грн/кг. Варто констатувати, що на ринку м'яса птиці склалася парадоксальна ситуація: при зростанні обсягів виробництва, які вже перевищують внутрішній попит, ціни на м'ясо птиці зростають. При цьому для пояснення даної ситуації є свої аргументи. Зокрема, виробництво м'яса птиці (курятини) у підприємствах на сьогоднішній момент повністю індустріалізовано, а продукція виробляється промисловим способом, причому кількома виробниками. Основним виробником, який забезпечує понад 50 % обсягів виробленого м'яса птиці в Україні є МХП. Виробники м'яса птиці використовують вітчизняний ринок для збуту продукції, яка за різних причин не потрапляє на зовнішні ринки, зберігаючи високі ціни. Коли ж експорт зростає, пропозиція м'яса птиці на внутрішньому ринку скорочується, і ціни, відповідно, стрімко зростають.

Вважаємо необхідним, навести окремі фактори, що на нашу думку, зумовили з січня по липень 2021 р. зростання споживчих цін на м'ясо птиці у 30 та більше відсотків. По-перше, за період з січня по липень 2020 р. споживчі ціни на тушки курячі знизилася на 17,00 %, а на філе – на 22,30 %, що було обумовлено карантинними заходами, пов'язаними з Covid-19, які передбачали закриття кордонів, а тому експорт був призупинений, а внутрішнє споживання



було обмежене низькою платоспроможністю населення. Тому зростання цін у січні-липні 2021 р. обумовлене відновленням їх до рівня 2019 р. Довідково, споживчі ціни на м'ясо птиці (тушку курячу) та філе куряче у липні 2019 р. становили відповідно 61,78 грн/кг і 109,19 грн/кг. Крім того, важливим фактором зростання споживчих цін у січні-липні 2021 р. стало скорочення поголів'я птиці (на 3,5 %) внаслідок зростання собівартості, що обумовлено здорожчанням зернових культур та комбікормів.

За даними Державної служби статистики України у жовтні 2021 р. споживча ціна на яловичину зросла на 22,5 % – до 175,51 грн/кг порівняно з жовтнем 2020 р. Споживча ціна на сало збільшилася на 19,8 % порівняно з відповідним періодом 2020 р. і склала 90,24 грн/кг. Найменше, в аналізованому періоді, підвищилася споживча ціна на свинину (на 4,6 %) порівняно з відповідним періодом 2020 р. і становила 124,58 грн/кг.

Необхідно наголосити, що цінова ситуація, що склалася на ринку м'яса України повністю відображає стан цін на світовому ринку м'яса. Зокрема, зростання цін на м'ясо птиці та яловичину є загальносвітовою тенденцією. За даними ФАО, високий рівень закупівель, в основному з Китаю, і обмежена кількість тварин для забою в Океанії привели до зростання світових цін на яловичину. Зростання цін на м'ясо птиці, пов'язане з високим імпортом попитом країн Східної Азії і Близького Сходу та обмеженими можливостями розширення виробництва в деяких основних країнах-експортерах через високі виробничі витрати та нестачу робочої сили. На відміну від цього, ціни на свинину зменшилися через тривале зниження закупівель у Китаї і скорочення внутрішнього попиту в Європі при незначному збільшенні пропозиції свиней, придатних до забою.

Цінова ситуація на ринку м'яса буде залежати від зміни основних факторів, зокрема, купівельної спроможності населення, обсягів виробництва та його собівартості, обсягів імпорту, інфляції, курсу національної валюти [5].

З огляду зазначеного та враховуючи інформацію щодо подальшого підвищення цін на енергоресурси, вважаємо, що у I півріччі 2022 р. збережеться тенденція підвищення всіх видів цін на основні види м'яса (яловичину, свинину та м'ясо птиці). Залишатиметься високим ступінь вразливості вітчизняного ринку м'яса навіть від відносно невеликих змін роздрібних цін на продукти через надмірну частку витрат на харчування у сімейному бюджеті.

Список використаних джерел:

1. Жегус О.В., Парцирна Т.М. Ціна як соціальний індикатор розвитку споживчого ринку. <https://elib.hduht.edu.ua/bitstream/123456789/2741/1/31.pdf>.
2. Шпичак О.М. Теоретико-методологічні аспекти ціноутворення на сільськогосподарську продукцію. *Економіка АПК*. 2012. №8. С. 3-10.
3. Lupenko Yu.O., Kopytets N.Hr., Voloshyn V.M. Structural changes in the meat market. *BIO Web Conferences*. 2021. Volume 36, 08006. <https://doi.org/10.1051/bioconf/20213608006>.
4. N. Kopytets, V. Voloshyn, Organizational and economic aspects of the



functioning of the field of cattle breeding in Ukraine, E3S Web of Conferences, 2021. Volume 282, 07015. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202128207015>.

5. Kopytets N., Pashko S., Voloshyn V. Current trends in meat price formation. *AIC Economics and Management*. 2020. No 2. PP. 55–63.



Кравців І.К., к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу,
Урбан І.Р., асистент кафедри маркетингу,
**Львівський національний університет ветеринарної медицини
та біотехнологій Імені С.З.Гжицького**

МАРКЕТИНГ – ДІЄВИЙ ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ПРИКОРДОННОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Розвиток сільських територій України протягом останніх років перебуває у фокусі підвищеної уваги вітчизняних науковців. Адже очевидні депресивні тенденції, які супроводжуються зниженням людського капіталу українського села чинять відвертий деструктивний вплив на розвиток всієї економіки нашої держави, особливо у довгостроковій перспективі.

Водночас, підписання Україною Угоди про асоціацію з ЄС формує ґрунт для стриманих оптимістичних прогнозів, одночасно актуалізуючи необхідність пошуку сучасних засобів та інструментів адаптації економіки сільських територій нашої держави до умов регіональної та спільної аграрної політики ЄС.

Одним із пріоритетних напрямків підвищення конкурентоспроможності вітчизняної аграрної продукції на міжнародних ринках є нарощування ресурсного потенціалу сільських територій: природного, людського, фінансового тощо. Це потребує застосування сучасних управлінських підходів до вирішення актуальних проблем розвитку цих територій.

У цьому контексті особливої актуальності набуває пошук сучасних управлінських механізмів ефективного розвитку сільських територій. Передусім це стосується адаптації маркетингових інструментів до вирішення актуальних проблем сільської економіки.

Особливої актуальності ця проблема набуває в умовах поглиблення європейської інтеграції України, в тому числі в умовах реалізації України про Асоціацію ЄС.

Можна констатувати, що на сучасному етапі соціально-економічного розвитку нашої держави, одним з основних важелів підвищення ефективності функціонування її економіки на рівні сільських територій, є впровадження основ регіонального маркетингу, спрямованого на вирішення окремих проблем сільських територій.

Таким чином, маркетинг сільських територій набуває дедалі більшої актуальності в контексті розв'язання існуючих проблем сільських територій, передусім з огляду на активізацію європейських процесів.

Слід відмітити, що маркетинг сільських територій є достатньо новим явищем в системі наукових досліджень українських економістів. Сфера його інтересів концентрується у площині формування позитивного іміджу сільських територій з метою підвищення їх конкурентоспроможності шляхом ефективного просування економічних переваг цих територій серед потенційних інвесторів та споживачів продукції, яка виробляється в її межах.

Визначаючи категорію «маркетинг сільських територій», дослідники



акцентували увагу на її сутнісній двоякості: з одного боку, як маркетингу територіального продукту (сукупності матеріальних благ і послуг, що виробляється в межах певної сільської території), а з другого, як маркетингу власне сільської території, як комплексу чинників його соціально-культурної ідентифікації (імідж, бренд, соціально-культурні та етнічні особливості тощо). Саме завдячуючи цій двоякості маркетинг сільських територій забезпечує формування цілісної системи орієнтирів (напрямів реалізації територіальної споживчої поведінки) як для зовнішніх суб'єктів (вітчизняних і закордонних інвесторів, а також споживачів товарів і послуг), так і в середовищі мешканців певної сільської території (так званих «стейкхолдерів») [1, с.7-12].

І. Гончаренко розглядає маркетинг сільських територій як складову інтегрованої системи інформаційно-комунікаційного розвитку сільської економіки, до якої вона також включає: інформаційні системи органів державної влади та місцевого самоврядування, інфраструктуру доступу до інформації, інформаційно-консультативні служби, дистанційні системи навчання та інформаційні системи моніторингу [2, с.139-143].

Т. Мороз робить наголос на «брендинговій» функції маркетингу сільських територій, вказуючи, що ефективне застосування маркетингових інструментів забезпечує формування сприятливого іміджу села, як для самого власне сільського населення, так і для зовнішніх інвесторів [3, с.15-20].

На думку О.Павлова, крім потенційних можливостей сільських територій, репрезентованих їх інтегральним потенціалом, слід також розглядати в якості об'єкту маркетингу товари та послуги, які виробляються в межах сільської території, включаючи товари та послуги, які є незамінними та мають значну суспільну цінність. До того ж, сільські території як маркетинговий об'єкт постають не тільки як географічний простір, наповнений матеріальними об'єктами та людськими істотами, а також як ментальний простір [4, с.43-47].

Водночас слід відзначити, що маркетинг сільських територій має свої особливості залежно від місця розташування певних територій. Так сільські території, наближені до потужних промислових міст і адміністративних та ділових центрів як правило схильні орієнтувати свою маркетингову діяльність на підкреслення власної сателітної ролі, пов'язаної з розвитком великих метрополій. Передгірним і гірським селам доцільно ґрунтувати свою маркетингову діяльність передусім навколо популяризації ідеї зеленого туризму та пропагування потенціалу розвитку туристичного-рекреаційного бізнесу. Сільські території, які спеціалізуються переважно на сільськогосподарському виробництві, мають грамотно поєднувати власний маркетинг з маркетингом сільськогосподарських підприємств та інших суб'єктів аграрного бізнесу на регіональному рівні.

Таким чином, в сучасних соціально-економічних умовах маркетинг сільських територій має стати дієвим інструментом підвищення ефективності використання та нарощування потенціалу цих територій, а також слугувати важливим засобом підвищення конкурентоспроможності в умовах посилення



європейської інтеграції України. Адже маркетингові засоби сприяють просуванню продукції та послуг, які виробляються в межах певної території, як на регіональному та національному ринках, так і на транскордонних ринках, спільному ринку ЄС, а також у глобальному ринковому середовищі загалом.

Це дозволяє стверджувати, що маркетинг виступає одним з найбільш ефективних інструментів використання та нарощування потенціалу прикордонних сільських територій в умовах активізації транскордонного співробітництва. До пріоритетних сфер його застосування слід віднести такі основні напрями.

По-перше, формування позитивного іміджу сільських територій і створення їх якісних брендів з метою успішного просування економічних інтересів цих територій у європейському ринковому просторі.

По-друге, розробка і популяризація інвестиційних пропозицій та якісних інвестиційних продуктів з метою залучення в сільську економіку нових інвесторів та реалізації в межах сільських територій України низки інноваційно-інвестиційних проектів, спрямованих на їх розвиток та підвищення ефективності використання наявних природних ресурсів.

По-третє, проведення цілеспрямованої діяльності, орієнтованої на підвищення фінансово-інвестиційного потенціалу сільських територій на основі залучення додаткового фінансування з таких джерел, як спонсорські внески, кошти благодійних організацій, грантові програми ЄС тощо.

По-четверте, налагодження ефективних механізмів популяризації економічних можливостей сільської території та рекламування продуктів (товарів, послуг), що виробляється в її межах.

Вказані напрями застосування маркетингу сільських територій в сучасних соціально-економічних умовах можуть забезпечувати не лише підвищення ефективності використання їх соціально-економічного потенціалу, але і стимулювати різнобічний розвиток сільської економіки, забезпечуючи підвищення конкурентоспроможності в умовах посилення глобальної конкуренції за людські та природні ресурси.

Список використаних джерел:

1. Гончаренко І.В. Інформатизація та активізація комунікативних зв'язків сільських поселень у розвитку сільських територій Миколаївської області. *Вісник аграрної науки Причорномор'я*. Миколаївський національний аграрний університет. 2010. Вип.1, Т. 1. С. 134-140.

2. Мороз Т.О. Моніторинг та управління сталим розвитком сільських територій. Миколаїв: Миколаївський національний аграрний університет, 2014. 20 с.

3. Павлов О.І. Іміжд сільських територій як об'єкт маркетингу. *Економіка харчової промисловості*. 2014. №4(24). С.42-47.

4. Радченко В.П. Маркетинг сільських територій в системі територіального управління: принципи, інструментарний апарат: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра. экон.наук: Ростов-на-Дону, 2011. 60 с.





МЕТОДИЧНІ ПОЛОЖЕННЯ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СЕЛЕКТИВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ СИСТЕМ СУМІЖНИХ ТОВАРНИХ РИНКІВ

В умовах нестабільності зовнішнього середовища актуалізується необхідність використання адаптивних механізмів, інструментів і заходів селективного (вибіркового) регулювання відтворювальних процесів товарних ринків для досягнення пріоритетів державної економічної політики. Селективне регулювання розвитку товарних ринків – цілеспрямований вплив держави на певні сектори («точки зростання») ринків або «розриви» товарно-фінансових потоків для забезпечення відтворювального розвитку систем вертикально суміжних товарних ринків та реалізації стратегічних пріоритетів сталого розвитку держави й суспільства.

Метою методичних положень до оцінки ефективності селективного регулювання розвитку систем вертикально суміжних товарних ринків є визначення ступеню (стабілізуючого, нейтрального або деструктивного) регуляторного впливу держави на відтворювальні процеси провідних секторів («точок зростання») ринків та «розриви» товарно-фінансових потоків, здійснення комплексної оцінки доходності (збитковості) механізмів і заходів селективного регулювання та прогнозування їх параметрів. Враховуючи, що головним критерієм ефективності регулювання систем суміжних товарних ринків є оптимізація загальної ринкової доданої вартості, раціональною є оцінка ефективності заходів селективного регулювання за допомогою зміни цього критерію та пов'язаних з ним показників. Відтак, методичні положення, що пропонуються, базуються на синтезі відтворювального підходу з акцентом на додану вартість та регуляторного підходу з акцентом на податкові ефекти.

Система індикаторів для оцінки ефективності селективного регулювання розвитку систем суміжних ринків узагальнена в таблиці 1. До її складу ввійшли дві групи індикаторів, що дозволяють оцінити економічні (відтворювальний і податковий) і соціальний ефекти від реалізації регуляторних механізмів, а також рентабельність їх впровадження.

Перша група індикаторів характеризує зміну ринкових показників (доданої вартості, податкових надходжень від суб'єктів складових секторів ринків і заробітної плати працівників) у результаті впровадження певного механізму або заходу селективного регулювання. Базовим індикатором цієї групи, який оцінює ступінь державного впливу на відтворювальні процеси в системі суміжних товарних ринків, є *відтворювальний ефект*. Він визначає приріст загальної доданої вартості в ринковій системі після впровадження регуляторного механізму або заходу.

Необхідно відзначити, що управлінський вплив на провідні сектори товарних ринків може супроводжуватися зменшенням доданої вартості у деяких секторах (наприклад, посередницьких, торгових) та її збільшенням у



інших секторах (зокрема, сировинному, переробному), водночас сукупним результатом секторних змін показника є загальне його зростання в системі суміжних ринків, тобто досягнення позитивного відтворювального ефекту. Це твердження є справедливим і для інших видів ефектів. *Податковий ефект* визначає приріст податкових надходжень від суб'єктів суміжних товарних ринків після впровадження заходів селективного регулювання і є кількісним вимірником економічних інтересів держави.

Таблиця 1

Система індикаторів для оцінки ефективності селективного регулювання розвитку систем суміжних товарних ринків*

Групи	Індикатори	Характеристика
1. Ефекти від впровадження механізмів і заходів	1.1. Відтворювальний ефект від впровадження заходів селективного регулювання	Приріст доданої вартості у секторах товарних ринків після реалізації регуляторних заходів. Відображає ступінь впливу заходів селективного регулювання на відтворювальні процеси в системі вертикально суміжних товарних ринків
	1.2. Податковий ефект від впровадження заходів	Приріст податкових надходжень у секторах ринків після реалізації регуляторних заходів
	1.3. Соціальний ефект від впровадження заходів	Приріст заробітної плати працівників у секторах суміжних товарних ринків після впровадження регуляторних заходів та механізмів
2. Рентабельність впровадження механізмів і заходів регулювання	2.1. Прибуток (збиток) від впровадження регуляторних заходів	Різниця між доходами та витратами держави на реалізацію механізмів і заходів селективного регулювання
	2.2. Рентабельність регулювання системи суміжних ринків	Величина прибутку держави, що припадає на 1 грн. витрат на реалізацію механізму селективного регулювання
	2.3. Відтворювальна рентабельність регулювання ринків	Величина загальної ринкової доданої вартості, що припадає на 1 грн. витрат на реалізацію механізму селективного регулювання
	2.4. Соціальна рентабельність регулювання ринків	Величина ринкової заробітної плати працівників, що припадає на 1 грн. витрат на реалізацію механізму селективного регулювання

*Розроблено автором з використанням [1, 2, 3].

Соціальний ефект визначає соціальний результат від регуляторної діяльності держави в системах товарних ринків. Як багатогранна категорія, соціальний ефект характеризує підвищення якості життя та добробуту суспільства, покращення умов праці, збереження (зростання) робочих місць тощо. Для його кількісного виміру в методичних положеннях запропоновано використати приріст заробітної плати працівників у секторах системи суміжних ринків після впровадження механізмів та заходів селективного регулювання. Досягнення позитивного відтворювального ефекту сигналізує про узгодження економічних інтересів держави та суб'єктів господарювання, соціального ефекту – про компроміс інтересів працівників і держави.

Друга група індикаторів об'єднала три види рентабельності регулювання



систем товарних ринків (див. табл. 1). Прибуток держави розраховується як різниця між її доходами та витратами на реалізацію селективних заходів і є індикатором доходності або збитковості бюджетної підтримки. Рентабельність регулювання визначає величину прибутку держави, отриманого на 1 грн. коштів, вкладених у реалізацію механізмів і заходів селективного регулювання. Відтворювальна рентабельність регулювання товарних ринків вимірює обсяг ринкової доданої вартості, що припадає на 1 грн. бюджетних витрат. Соціальна рентабельність селективного регулювання визначає обсяг заробітної плати працівників, зайнятих у секторах товарних ринків, що припадає на 1 грн. бюджетних витрат, та є індикатором реалізації економічних інтересів суспільства.

У цілому система індикаторів для оцінки ефективності селективного регулювання розвитку систем суміжних товарних ринків об'єднала 7 індикаторів, які прямо або опосередковано пов'язані із динамікою змін ринкової доданої вартості до та після впровадження регуляторних заходів, оцінюючи зворотну реакцію систем товарних ринків на управлінський вплив держави. Запропоновані методичні положення до оцінки ефективності селективного регулювання систем суміжних товарних ринків дозволяють проводити моніторинг раціонального використання бюджетних коштів, визначати пріоритетні напрями фінансування, здійснювати вибір найбільш ефективного механізму або заходу селективного регулювання із сукупності альтернативних, прогнозувати їх параметри в ході адаптації до нових умов.

Список використаних джерел:

1. Нікішина О. В. Механізми регулювання інтегрованого зернового ринку: монографія. Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2014. 450 с.
2. Нікішина О.В. Теоретико-методологічне забезпечення діагностики ефективності логістичних ланцюгів товарних ринків. *Food Industry Economics*. 2020. № 12 (2). С. 3-14. URL: <https://journals.onaft.edu.ua/index.php/fie/article/view/1734>.
3. Нікішина О.В. Методичні положення діагностики ефективності функціонування логістичних ланцюгів товарних ринків. *Food Industry Economics*. 2020. № 12 (3). С. 3-16. URL: <https://journals.onaft.edu.ua/index.php/fie/article/view/1811>



Pavlychenko V., Bachelor's degree,
Educational Professional Marketing Program,
Supervisor – **Zalka O.**, Assistant of the Department of
Marketing and Media Communications,
State Biotechnological University

INTERNET MARKETING TOOLS

With the development of the market economy, competition is intensifying, which raises questions about the survival of enterprises. This situation forces them to look for new effective forms of promotion and positioning of their product or service.

Recently, Internet technologies have been introduced into business and private life at an accelerated pace. The development of information technology, among which one of the key places is the Internet, and the emergence and rapid growth of e-commerce have become the basis for the emergence of a new direction in the modern concept of interaction marketing - Internet marketing.

Internet marketing is the practice of using all aspects of traditional Internet marketing, which affects the main elements of the marketing mix: price, products, point of sale, and promotion [1]. The main goal is to get the maximum effect from the potential audience of the site [2].

Thus, Internet marketing can be thought of as any activity within the market that aims to promote goods from producer to consumer through a set of activities on the Internet. Internet marketing can be presented both as an integral part of traditional marketing and as a completely independent complex [4].

The Internet offers great opportunities for brand awareness, attracting new customers, entering new markets, increasing sales, creating and maintaining customer loyalty.

It should be noted that a significant role in the development of Internet marketing is played by the level of public confidence in various types of media and especially the Internet. The development of the Internet leads to the fact that it becomes the main source of information, which was previously for the majority of citizens was television [1].

Significant influence on the development of Internet marketing has an active growth in the popularity of social networks, which to date have won a significant part of the audience. Today, users can spend more than half of their time online on social media.

The use of the Internet allows the company to significantly reduce non-operating costs for the promotion of goods and services and maintain the necessary efficiency, reducing the risk of financial investments, making this risk manageable.

All this testifies to the wide possibilities of Internet marketing as a tool for enterprise marketing, which is of particular importance in the strategic success of the enterprise.

Here are the following tools of Internet marketing:

▸ enterprise site (direct site, information on portals, microsites for audience segmentation);



- search marketing - promotion in search engines (SEO, SEM, search contextual advertising);
- external activity of the enterprise on the Internet (e-mail, marketing, aggressive marketing);
- brand promotion - increasing visibility (Internet advertising, sponsorship, and cross-branding, advertising on social networks);
- marketing in social networks (sites for rating and comparison of goods, social networks, forums, user interaction, voting);
- Internet TV, mobile Internet [2, 5].

The audience of Internet users is heterogeneous. Most of them are buyers, ie young and middle-aged people with average and high wealth.

It should be noted the importance of Internet marketing compared to traditional through increased consumer engagement. The online market today is a mass medium for the consumer, who has a constant opportunity to communicate with the company. The advantage for the company is to reduce the cost of retaining employees, reduce the time to find partners, make decisions, enter into agreements, develop new products.

In addition, information on the Internet is available at any time and, accordingly, communication features with high flexibility, allow you to easily configure the information presented, and thus maintain its relevance without delaying time and cost of distribution, as well as increase profits [3].

Given that effective marketing communications is one of the key factors in the success of the modern enterprise, the Internet, as a communication environment, is becoming increasingly important for business. There are typical marketing tasks that are solved with the help of Internet communication tools:

- informing the target audience about goods and services;
- attracting visitors to the company's website;
- sale of goods and services through the site;
- branding in narrow niches;
- increase brand awareness;
- increase the effectiveness of direct marketing campaigns;
- analysis of the effectiveness of marketing efforts;
- a collection of information about potential customers [1-5].

At the stage of development, any company without the use of Internet marketing dooms itself to destruction from the use of traditional advertising, as traditional advertising is still very expensive. At the same time, the impact of such advertising is difficult to track, and the money spent on it pays off for a long time. Therefore, modern businesses simply need to use Internet marketing to promote their products and services.

Therefore, the implementation of Internet marketing continues to develop and ignore such a powerful channel of communication with consumers, but, on the contrary, it is necessary to continue to develop and improve Internet marketing, which will inevitably lead to progressive results.



Literature:

1. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Essential characteristics of internet marketing // «*Science and Global Studies*»: Abstracts of scientific papers of VII International Scientific Conference (Prague, Czech Republic, April 15, 2021) / Financial And Economic Scientific Union, 2021. P. 33-36.

2. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Features of marketing communications on the Internet // *Modern transformations in economics and management*: V International scientific-practical conference (March 26-27, 2021. Klaipeda, Lithuania). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. P. 98-102.

3. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends in the development of services in the conditions of digitalization of the economy // *Цифрова економіка як фактор економічного зростання держави*: колективна монографія / За заг. ред. О. Л. Гальцової. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2021. С. 258-281.

4. Zaika S., Kuskova S., Zaika O. Trends of marketing development in the condition of digital economy // *Economy digitalization in a pandemic conditions: processes, strategies, technologies*: International scientific conference (January 22-23, 2021. Kielce, Poland). Riga, Latvia : “Baltija Publishing”, 2021. P. 150-154. DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-028-5-31>.

5. Штефан Б.М., Литвин З.Б. Інформаційне забезпечення маркетингової діяльності сучасного підприємства // *Принципи нової економіки України та формування її фінансово-інвестиційної основи*: матеріали міжнародної науково-практичної конференції; Національний гірничий університет. 2015. С. 197–201.





Разумова Г. В., д.е.н., доцент,

професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту

Волощук В. В., здобувач вищої освіти СВО бакалавр,

ОПП Економічна аналітика та захист економіки

Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ІНСТРУМЕНТИ ЗАХИСТУ МАРКЕТИНГОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

В сучасному світі популяризовано та досить розвинуто використання інформаційних технологій, саме тому, ми дедалі частіше стикаємося з необхідністю захисту маркетингової інформації. Наразі важливо приділити більше уваги інформаційній безпеці та визначити більш дієві методи для захисту маркетингової інформації.

Маркетингова інформація – це сукупність повідомлень, відомостей, даних, які характеризують маркетингове середовище, явище, об'єкти, що необхідно збирати, обробляти, нагромаджувати та передавати для аналізу й прийняття маркетингових рішень.

Маркетингова інформація впливає на створення конкурентних переваг та зміцнення ринкових позицій. Інформація, яка використовується для маркетингового дослідження, має бути високоякісною, вірогідною (допустимо лише мінімальну помилковість), повною, точною (тобто такою, що відповідає реальному стану справ), актуальною, цінною, корисною (інформація повинна відповідати меті та ситуації на ринку). Інформація повинна залишатися конфіденційною для конкурентів. Саме тому необхідно забезпечити захист від викрадення або «зливу» інформації та комерційної таємниці.

Маркетингова інформація може бути відкритою або з обмеженим доступом (приватна, таємна). Відкрита інформація не має спеціальних обмежень і доступна всім користувачам. Приватна інформація використовується тільки в службовому користуванні. Таємною інформацією може володіти лише певне коло осіб. Конфіденційна інформація може поширюватися за згодою відповідної особи у визначеному нею порядку відповідно до передбачених нею умов, а також в інших випадках, визначених законодавством [1].

Під загрозою безпеки маркетингової інформації розуміється дія, яка може призвести до спотворення або несанкціонованого використання інформаційних ресурсів. Наразі, злодіяння, направлені на незаконне розповсюдження конфіденційної інформації, частіше виконуються за допомогою сучасних технологій з використанням комп'ютерної техніки.

До основних загроз та безпеки інформації можна віднести:

- розкриття конфіденційної інформації;
- несанкціоноване використання інформаційних ресурсів;
- помилкове використання ресурсів;
- несанкціонований обмін інформацією;
- відмова від інформації;



- відмова в обслуговуванні.

Все більше популярності набуває розвиток маркетингових Internet-технологій. Хмарні технології, або обчислення у хмарах, активно пропагуються і обговорюються як найважливіша тенденція розвитку в сучасному Internet-маркетингу. Його значимою перевагою є використання підвищеного захисту програмного забезпечення даних. Реалізувати вимоги інформаційної безпеки та захисту даних в публічній хмарі можливо, але необхідно правильно розмежовувати відповідальність за дотримання безпеки серед клієнтів та провайдера хмарних технологій [2].

Єдиного дієвого механізму з допомогою якого можна повністю захистити інформацію від викрадення чи іншої форми несанкціонованого доступу до будь-якого звіту з боку конкурентів не існує. Для зменшення ризиків втрати маркетингової інформації необхідна розробка комплексу заходів щодо використання спеціальних інструментів та методів з метою запобігання втраті інформації.

З метою захисту маркетингової інформації на рівні прикладного і системного програмного забезпечення використовують:

- системи розмежування доступу до інформації;
- системи ідентифікації й аутентифікації;
- системи аудиту й моніторингу;
- системи антивірусного захисту.

З метою збереження маркетингової інформації від несанкціонованого доступу використовують [3]:

- програмне забезпечення спеціально призначене для виконання функцій захисту інформації;
- використання механізмів шифрування (криптографії);
- резервні копії інформації;
- вибір надійного постачальника апаратного забезпечення;
- залучення ліцензованих спеціалістів (ліцензіатів) для побудови та експертизи системи захисту;
- періодичний аудит системи захисту інформації;
- ретельний підбір та навчання персоналу;
- формування системи адміністративних стягнень за порушення;
- формування позитивного мікроклімату в колективі.

Важливим методом захисту від поширення комп'ютерних вірусів є застосування стійких програмних засобів, захищених від можливостей несанкціонованої модифікації та використання спеціальних програм, які здійснюють постійний контроль за виникненням відхилень у діяльності прикладних програм та періодичну перевірку наявності інших можливих ознак вірусної активності, а також вхідний контроль нових програм перед їх використанням.

Отже, з розвитком інформаційних технологій захист маркетингової інформації потребує використання дієвих механізмів, що направлені на захист



інформації, забезпечення володіння конференційною інформацією мінімальним колом людей, введення контролю за реєстрацією спроб доступу програмних засобів до захищених файлів, а також проведення систематичного аналізу системи захисту.

Список використаних джерел:

1. Котерлін І. Б. Правове регулювання маркетингової інформації. *Правова позиція*. 2020. № 1 (26). С. 48-51. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-6473.2020-1.10>
2. Ілляшенко С.М., Іванова Т.Є. Інструменти та методи просування продукції в Internet: аналітичний огляд. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2015. № 3. С. 20-33 URL: https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2015_3_20_32.pdf.
3. Остапов С. Е., Євсєєв С. П., Король О. Г. Технології захисту інформації: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ, 2013. 476 с.
4. Razumova H. V., Ganchuk K.A. Internet advertising as an effective tool for business development. *Економічний простір*. 2017. № 126. С. 205-213.





ЗОВНІШНЯ ТОРГІВЛЯ ОВОЧАМИ В УКРАЇНІ

Овочівництво є однією з важливих та складних рослинницьких галузей України. Овочева продукція цінна і незамінна у раціоні харчування населення, що й обумовлює поширення виробництва у всіх регіонах. Галузь включає великий набір овочевих культур, що вирощуються за різними технологіями, з різними термінами дозрівання та збирання, зберігання продукції, собівартістю та ефективністю виробництва. Особливістю є низька транспортабельність і висока трудомісткість виробництва овочів, складна механізація окремих виробничих процесів їх вирощування, зокрема збір урожаю. Обсяги промислового виробництва овочів недостатньо задовольняють потреби населення та переробної промисловості в цій продукції. До основних проблем, які гальмують подальший поступ галузі овочівництва слід віднести: недостатній розвиток логістики, кооперативних об'єднань виробників овочів, що зумовлює низьку товарність промислового виробництва та їх стихійний продаж; краплинне зрошення насаджень проводиться лише на 12 % площ; занепад насінництва; лише 30 % наявних овочесховищ відповідає сучасним вимогам зберігання продукції; відсутність прямої державної підтримки, в т. ч. і фінансової. Ці проблеми також виділено у розробленій Концепції Державної цільової програми розвитку овочівництва на період до 2025 року.

До позитивних чинників розвитку галузі овочівництва в Україні слід віднести: сприятливі природно-кліматичні умови, доступність землі, порівняно дешева робоча сила, широкий споживчий ринок, тенденції до підвищення цін на вирощену продукцію. Останніми роками в галузь впливаються значні інвестиції, як у виготовлення кінцевих продуктів, так і у створення сировинних зон для переробних підприємств. Це стимулює до використання інноваційних технологій виробництва, збирання, зберігання продукції, підготовки до продажу, дотримання критеріїв якості отриманого урожаю тощо.

Україна імпортує окремі види овочів переважно у свіжому вигляді. У 2020 р. обсяги ввезених овочів склали 4,3 % загального внутрішнього фонду споживання [1]. Необхідність імпорту свіжих овочів обумовлена особливостями сільськогосподарського циклу виробництва та відсутністю достатньої інфраструктури зі зберігання продукції, переробки (сушіння, консервування). В цілому динаміка обсягів імпорту овочів та баштанних культур зростає. Досить суттєву частку імпорту становить передусім насіннєвий матеріал овочів іноземної селекції. У 2020 р. в Україні рівень самозабезпеченості овочами становив 1,5, тобто їх виробництво перевищувало внутрішнє споживання практично на 50 %.

Імпортні поставки свіжих овочів в 2020 р. зросли порівняно з 2016 р. в 2,2 рази, становили 194,4 тис. т. Ціна за 1 т збільшилася на 26,2 %, складала – 890,26 дол. У структурі імпорту свіжих овочів основу становили помідори – 44,6 %,



цибуля і часник – 19,3 %, Найдорожче реалізовувався салат – 1291,43 дол за 1 т. За ціною суттєво виділялися сушені овочі – 2858,54 дол за 1 т, що в 3,2 раза вище за ціну свіжих. Також спостерігається зростання обсягів імпорتنних поставок баштанних (динь та кавунів) – у 2020 р. в 21,8 раза до 8,7 тис. т порівняно з 2016 р.

Пік імпорту капусти білокачанної і моркви доводиться на квітень-травень, помідорів і перцю солодкого – на квітень-червень, цибулі ріпчастої – на квітень. На сезонність імпорту огірків впливає активність на внутрішньому ринку вітчизняних виробників. Здебільшого пік ввозу відбувається в листопаді та зимові місяці.

Вітчизняне виробництво овочів повністю забезпечує внутрішні потреби споживачів за виключенням свіжих овочів у зимовий та ранньовесняний період. У перспективі збільшення виробництва тепличних овочів може оптимально забезпечити зростаючий попит населення у цій продукції в не сезон і дозволить отримувати вищу ціну від реалізації врожаю, розширити обсяги експортних поставок та імпортозаміщення.

Так, економічно вигідними для вирощування у закритому ґрунті є огірки та помідори, що обумовлено високою врожайністю даних культур та популярністю серед населення. Однак, поки що, вона є недостатньою у вітчизняних теплицях порівняно із закордонними, що не дозволяє конкурувати з ними за рівнем цін.

Серед експортерів овочів в Україну найбільш виділяються Туреччина, Польща, Білорусь та Македонія.

Слід відзначити, що з 2019 р. поставки картоплі суттєво збільшилися – порівняно з 2016 р. в 25 разів (становили 250,6 тис. т проти 9,9). Якщо в 2016 р. частка картоплі в імпорті овочів і коренеплодів становила лише 9 %, то в 2019 р. – 50 %.

У структурі експорту свіжих овочів у 2016-2020 рр. найбільшу частку займали цибуля і часник, помідори та капуста, зокрема в 2020 р. відповідно 49,8 %, 21,5 та 10,0% або 23,9 тис. т, 10,3 та 4,8 тис. т.

Обсяги експортних поставок значно зросли у 2017-2018 рр. за рахунок розширення вивозу свіжих бобових овочів. Вітчизняні овочі експортувалися переважно до Індії, Білорусі, Пакистану, Туреччини, Іспанії та інших країн. У 2016-2020 рр. основу експорту усіх овочів (свіжих та перероблених) становили овочі бобові сушені – 70-84 % або 380,6-655,3 тис. т.

Стримуючим чинником розширення експорту овочів вітчизняного виробництва є, перш за все, недостатність можливостей для формування великих партій якісної та безпечної продукції, яка б відповідала міжнародним стандартам, у тому числі через нерозвинену інфраструктуру для зберігання продукції.

Характерною особливістю індустріальних та південних регіонів навпаки є високий попит (дещо вища купівельна спроможність, низький рівень власного виробництва) та недостатня пропозиція (менш сприятливі умови вирощування,



а відтак вища капіталоємність, суттєвіші транспортні витрати на доставку).

У розрізі областей середні ціни реалізації овочів мають суттєві відмінності. Більшу ціну на овочі порівняно з середньою в цілому по країні ціною (за наявних даних) мали 14 областей у 2020 р., а у трьох південних областях спостерігалися найнижчі ціни – Миколаївській, Одеській та Херсонській [2].

Середні ціни реалізації овочів усіх видів сільськогосподарськими підприємствами у 2020 р. по відношенню до попереднього періоду знизилися, за виключенням одного місяця – вересня. Це пояснюється проблемами зі збутом продукції через карантинні заходи введені в країні. Виробники були змушені реалізовувати швидше і дешевше. Однак ціни були вищими порівняно з 2015 р. за всіма місяцями, причому в січні (несезон продажу) – у 2 рази. У 2019 р., навпаки, практично за всіма місяцями спостерігалася тенденція до зростання цін порівняно з минулими роками.

Отже, відзначимо: динаміка обсягів імпорту овочів та баштанних культур зростає; суттєву частку імпорту становить передусім насіннєвий матеріал овочів іноземної селекції; характерний високий рівень самозабезпеченості овочами – виробництво перевищувало внутрішнє споживання практично на 50 %; серед експортерів овочів в Україну найбільш виділяються Туреччина, Польща, Білорусь та Македонія; у структурі експорту свіжих овочів у 2016-2020 рр. найбільшу частку займали цибуля і часник, капуста та помідори; вітчизняні овочі експортувалися переважно до Індії, Білорусі, Пакистану, Туреччини, Іспанії та інших країн; основу експорту усіх овочів за згаданий період (свіжих та перероблених) становили овочі бобові сушені.

Для подальшого розвитку ринку овочів та баштанних необхідно активно запроваджувати у виробництво світові стандарти якості й безпеки продукції, розбудовувати сучасну ринкову інфраструктуру та систему маркетингу, зокрема створити дієву систему кооперації з виробництва, заготівлі та зберігання овочів, урізноманітнити асортимент і сортимент овочів з подальшим розвитком їх органічного виробництва; необхідна підтримка держави як фінансова, так і законодавча у створенні привабливого інвестиційного середовища для подальшого розвитку галузі овочівництва з орієнтацією на ресурсо- і енергоощадну техніку і технологію.

Список використаних джерел:

1. Food and Agricultural Organization of the United Nations. URL : <http://www.fao.org/faostat/ru/#data> (дата звернення 04.01.2022)
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 04.01.2022 р.)



Соколова Л. В., д.е.н., професор, професор кафедри економічної кібернетики та управління економічною безпекою,
Галанов О. Р.,
здобувач вищої освіти магістр, ОПП Економіка
Харківський національний університет радіоелектроніки

РОЛЬ БРЕНДИНГУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасних умовах ринкової економіки, для якої характерними є вплив багатьох чинників мінливого, невизначеного, турбулентного зовнішнього середовища на діяльність промислових підприємств, високі темпи інноваційного розвитку провідних світових компаній, набуває актуальності вирішення проблеми забезпечення стійких конкурентних позицій товаровиробників із застосуванням інструментарію брендингу. Формування та підтримання конкурентних переваг є дуже важливим процесом, який потребує підвищеної уваги топ-менеджерів підприємств і особливо в області маркетингу.

Основною метою брендингу є створення унікального, а головне – сильного образу того чи іншого бренду. Зазначимо, що існують різні визначення бренду, серед яких можна виділити такі: «Бренд – це унікальне ім'я, символ, дизайн або образ, вживаний для ідентифікації конкретного товару або компанії. Бренд – це нематеріальний актив, цінність якого в пізнаванні його споживачами і позитивних асоціаціях, пов'язаних з ним» [1, с. 13]. Отже, бренд допомагає промисловим підприємствам ідентифікувати свої товари на ринках, створювати на них автономний попит, який базується на довірі покупців, їх задоволенні покупкою та підтвердженні правильності вибору товару. Шляхом застосування відповідних маркетингових технологій – брендингу створюється система цінностей відносно бренду.

Українські науковці О.М. Ястремська та К. О. Тімонін вважають, що «Бренд-менеджмент – це управлінська діяльність стосовно формування, підтримки та розвитку бренда, спрямована на досягнення стратегічних цілей і реалізацію довгострокових програм (створення і підтримки конкурентних переваг бренда, позиціонування, підвищення лояльності споживачів та сили бренда) для зростання вартості капіталу бренда» [2]. На нашу думку, брендинг уявляє собою вид управлінської діяльності щодо формування, підтримки, розвитку бренду промислового підприємства з метою забезпечення зростання за часом його цінності у міжнародному економічному просторі.

Сьогодні умовою реалізації стратегії випереджального розвитку підприємств промисловості є інноваційна спрямованість їхньої діяльності, забезпечення конкурентних переваг на сегментах товарних ринків шляхом утримання та завоювання прихильності споживачів. Бренд – це «стратегічний орієнтир діяльності підприємства... Без формування системи бренд-менеджменту, тобто системи управління підприємства з орієнтацією на бренд, неможливо забезпечити конкурентну позицію підприємства. Необхідним є механізм, який дозволить узгодити всю діяльність підприємства в напрямку



створення та зміцнення бранда» [3, с. 280]. Серед основних характеристик конкурентної переваги у системі бренд-менеджменту можна виділити такі: відносність; прихильність до конкретних ринкових умов і причин; залежність від впливу багатьох різномірних неконтрольованих чинників. Маркетинг менеджери промислових підприємств повинні: не тільки вивчати попит, а також створювати його; орієнтуватися не тільки на функціональні потреби потенціальних споживачів, але й враховувати всі рівні потреб, тобто здійснювати цілеспрямовану систематизовану діяльність із задоволення як функціональних, так і емоційних, соціальних та психологічних потреб споживачів.

Зразками організації успішної ринкової діяльності на основі брендингу є зарубіжні всесвітньо відомі компанії, джерелом забезпечення конкурентних переваг яких є концентрація зусиль, ресурсів, уваги на формуванні брендів, на утриманні довготривалих стосунків із споживачами. За даними [4] серед 100 найдорожчих брендів у світі найпопулярнішими галузями у даному рейтингу є: ІТ – 20 компаній, фінансові послуги – 14 компаній, автопромисловість – 11 компаній, роздрібна торгівля – 8 компаній. Загальна вартість 100 найдорожчих брендів за рік зростає з 2,33 трлн. дол. США до 2,54 трлн. дол. США. Більше 50 компаній із ТОП-100 розташовані в США, Німеччині належать 10 брендів, Франції – 9, Японії – 6, Швейцарії – 5. Усі бренди є загальновідомими та мегапопулярними. За даними [4] у таблиці 1 наведено ряд важливих характеристик рейтингу перших 10 серед розглянутих 100 світових брендів у 2018 році.

Таблиця 1

Характеристики рейтингу найдорожчих світових брендів у 2018 році

Позиція на ринку	Бренд	Вартість бренду у 2018 р., млрд. дол. США	Темп зміни вартості бренду у 2018 р. порівняно із 2017 р., %	Галузь
1	Apple	214,48	16	Технологія
2	Google	155,51	10	Технологія
3	Amazon	100,76	56	Технологія
4	Microsoft	92,72	16	Технологія
5	Coca-Cola	66,34	-5	Напої
6	Samsung	59,89	6	Технологія
7	Toyota	53,40	6	Технологія
8	Mercendes-Benz	48,60	2	Технологія
9	Facebook	45,17	-6	Технологія
10	McDonald's	43,42	5	Ресторани

Джерело інформації: складено авторами за даними [4]

Аналіз даних, наведених вище, показує, що найбільшу вартість має бренд Apple у галузі технології, вартість якого у розмірі 214,48 млрд. дол. США є максимальною у світі. Усі представлені у таблиці 1 бренди, окрім Coca-Cola та Facebook, у порівнянні із попереднім роком, мають позитивні темпи зміни своєї



вартості.

Однак наступив 2020 рік, все довкола змінилося через всесвітню пандемію, тотальний карантин. Ситуація, що склалася, для багатьох компаній та їх брендів стала просто руйнівною, потребувала швидкої адаптації товаровиробників до стрімких змін зовнішнього середовища, негативного впливу його факторів. Проте можна констатувати, що у той же період окремі компанії змогли зберегти свої конкурентні переваги та зміцнити ринкові позиції своїх брендів, про що свідчать приведені нижче дані.

У таблиці 2, складеної за даними [5], наведено ряд важливих за версією Forbes характеристик рейтингу ТОП-10 найдорожчих світових брендів у 2020 році.

Таблиця 2

Характеристики рейтингу найдорожчих світових брендів у 2020 році

Позиція на ринку	Бренд	Цінність бренду у 2020 р., млрд. дол. США	Темп зміни вартості бренду у 2020 р. порівняно із 2019 р., %	Дохід бренду, трлн. дол. США	Галузь
1	2	3	4	5	6
1	Apple	241,2	17	260,2	Технологія
2	Google	207,5	24	145,6	Технологія
3	Microsoft	162,9	30	125,8	Технологія
4	Amazon	135,4	40	260,5	Технологія
5	Facebook	70,3	-21	49,7	Технологія
6	Coca-Cola	64,4	9	25,2	Напої
7	Disney	61,3	18	38,7	Розваги
8	Samsung	50,4	-5	209,5	Технологія
9	Louis Vuitton	47,2	20	15,0	Розкіш
10	McDonald's	46,1	5	100,2	Ресторани

Джерело інформації: складено авторами за даними [5]

За результатами аналізу отриманої інформації можна зробити певні висновки. Так, на протязі 2017-2020 років найдорожчі світові бренди Apple та Google (галузь технологія) не змінили свої ринкові позиції, зберегли найвищі рейтинги лідерів. Дохід від їх брендів склав 260,2 трлн. дол. США та 145,6 трлн. дол. США відповідно. Компанія McDonald's також не втратила свою 10-ту позицію на ринку, забезпечив при цьому зростання вартості свого бренду з 43,42 млрд. дол. США у 2018 р. до 46,1 млрд. дол. США у 2020 році, що відповідає абсолютному приросту цього показника на 2,68 млрд. дол. США.

Аналізуючи дані таблиці 2 також можна відмітити той факт, що відомі бренди світу не завжди є найдорожчими, тобто відсутня пряма залежність між цінністю бренду та доходу бренду тієї чи іншої компанії. Наприклад, максимальний дохід у розмірі 260,5 трлн. дол. США має бренд компанії Amazon, а бренд Amazon на ринку займає 4 позицію, що відповідає його цінності у розмірі 135,4 млрд. дол. США.



Друге місце за показником «максимальний дохід бренду» належить компанії Apple з доходом її бренду у розмірі 260,2 трлн. дол. США. У той же час бренд цієї компанії за своєю цінністю у розмірі 241,2 млрд. дол. США займає перше місце на ринку.

На третьому місті знаходиться бренд компанії Samsung з доходом 209,5 трлн. дол. США, однак за своєю цінністю цей бренд займає восьму позицію на ринку (50,4 млрд. дол. США).

При цьому слід зауважити, що бренд є більш ширшим поняттям, чим фабрична або торгова марка, тому що має високу репутацію у споживачів та користувачів. Проте поняття бренда дещо вужче ніж поняття компанії, оскільки одна компанія може управляти кількома брендами.

Таким чином можна зробити загальний висновок відносно того, що формування бренду та/або портфеля брендів є стандартом організації успішної ринкової діяльності підприємств промислового сектору національної економіки як на внутрішніх, так і на зовнішніх ринках збуту продукції. Брендінг, який концентрується на забезпеченні довготривалих стосунків із споживачами, у свою чергу формує адекватну «відповідь» товаровиробників на агресивні, небажані виклики нестабільного зовнішнього середовища та стає сучасним інструментом забезпечення конкурентних позицій промислових підприємств на товарних ринках.

Список використаних джерел:

1. Бренд-менеджмент: теорія і практика: навч. посіб. / укл.: І. В. Струтинська. Тернопіль: Прінт-офіс, 2015. 204 с.
2. Управління брендом - Вікіпедія. URL: http://uk.wikipedia.org/wiki/Управління_брендом.
3. Крамарчук С. П. Теоретичні та методичні аспекти управління брендом під час виходу на нові ринки. *Глобальні та національні проблеми економіки*. URL: <http://global-national.in.ua/archive>.
3. Івашова Н. В. Формування бренд-орієнтованої системи управління промисловим підприємством. *Маркетинг і менеджмент інновацій*, 2012. № 4. С. 280-287.
4. 100 найдорожчих брендів в світі - Marketer.ua. URL : <https://marketer.ua/the-most-expensive-brands-in-the-...>
5. ТОП-10 найдорожчих світових брендів: The 2020 World's. URL: <https://financeworld.com.ua/top-10-najdorozhchix-svi...>





КЛЮЧОВІ ФАКТОРИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОЗПОДІЛЬЧИХ ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНЯ

Сьогодні незаперечним фактом є той, що розвиток території (і зокрема кожного регіону) України пов'язаний з реформуванням логістичної інфраструктури. З огляду на це чисельна кількість дослідників і експертів єдина в думці про те, що удосконалення логістичної інфраструктури має базуватися на формуванні логістичних кластерів і, перш за все, регіональних. Така гіпотеза має право на життя. Тим паче, що в Україні вже є приклади створення різного роду кластерів, наприклад фармацевтичних, аграрних і т. ін. Проте, якщо вести мову про розвиток територій нашої країни, то гіпотетично цікавим орієнтиром є організація регіональних розподільчих логістичних центрів (РРЛЦ). І головне – вони можуть стати ключовим елементом і регіональних кластерів, і ядром розвитку регіонів країни. Отже, в умовах переходу економіки на інноваційний шлях розвитку, вступу України на шлях інтеграції з європейським бізнес-простором, РРЛЦ у загальній системі логістичної інфраструктури розглядаються як найважливіший фактор соціально-економічного розвитку територій і економічного зростання держави, що забезпечує:

- єдність економічного простору країни;
- вдосконалення міжрегіональних і міжнародних транспортно-економічних зв'язків;
- раціоналізацію розміщення територіальних продуктивних сил;
- підвищення ефективності використання природних ресурсів і соціально-економічного потенціалу регіонів країни;
- розширення міжнародного співробітництва;
- розвиток експорту транспортних послуг та реалізацію транзитного потенціалу країни в системі міжнародних транспортних коридорів (МТК).

Можливостям організації РРЛЦ на різних територіях в Україні сприяє багато чинників, які з метою подальшого аналізу можна об'єднати в дві групи: природні та штучні, що формуються ринком.

Коротко про першу групу – природні фактори. Вони «відповідають» за природно-ресурсну забезпеченість регіонів і їх належну використовуваність у процесі функціонування громад.

Результати авторських досліджень природно-ресурсного забезпечення територій країни мінеральними ресурсами [1] надали можливість провести групування всіх регіонів за критерієм забезпеченості останніми. З метою спрощення отримання висновків було прийнято рішення ранжувати забезпеченість територій регіонів мінеральними ресурсами на три групи: висока забезпеченість, середня забезпеченість, низька забезпеченість.

До групи регіонів з високою забезпеченістю мінеральними ресурсами відносять Донецьку, Дніпропетровську і Луганську області; до групи з середньою забезпеченістю – Львівську, Запорізьку, Харківську області та окуповану територію



Автономної республіки Крим; до групи з низькою забезпеченістю відносяться інші. Таким чином, фактор забезпеченості ресурсами регіонів України може служити вихідним моментом для організації РРЛЦ.

Поряд із забезпеченістю регіонів України мінеральними ресурсами необхідно розглядати і питання ефективності їхнього використання, оскільки дана обставина є вихідним у формуванні логістичного навантаження розглядуваного логістичного полігону тієї чи іншої території. Відповідно до цього в Україні виразно виділяються регіони з високим, середнім і низьким рівнями ефективності використання мінеральних ресурсів, а, отже, і з первинним можливим потенціалом логістичного навантаження останніх.

Регіони з високим рівнем ефективності використання мінеральних ресурсів характеризуються середнім наявністю мінеральних ресурсів і високим обсягом випуску промислової продукції на душу населення, а значить і з високим рівнем переміщення матеріальних потоків. Для цієї групи регіонів характерний високий рівень логістичного навантаження.

Регіони із середнім рівнем ефективності використання мінеральних ресурсів характеризуються середнім наявністю мінеральних ресурсів і дещо більшими за середні показники обсягом випуску промислової продукції на душу населення. Дана обставина вказує на меншу інтенсивність проходження матеріальних потоків у межах регіонів. Ця група регіонів має середній рівень логістичного навантаження.

Регіони з низьким рівнем ефективності використання мінеральних ресурсів характеризуються недостатньою наявністю мінеральних ресурсів і невисоким обсягом випуску промислової продукції на душу населення, тобто вони мають низьке логістичне навантаження.

Дане групування проведено за допомогою використання ітеративного методу кластерного аналізу та k-середніх. Результати даного групування можуть бути покладені в основу первинної класифікації територій за ознакою природної (первинної) величини логістичного навантаження регіону.

Друга група чинників – штучні, які сформувалися в результаті економічної діяльності регіонів. Ця група об'єднує два вельми значущих фактора. Перший – це модель розподілу вантажопотоків, що склалася на території України; другий – це сформована система транспортних коридорів.

Розглянемо ретроспективу формування першого фактора.

Історично склалося, що центром зосередження масових вантажопотоків в Україні є Київ. Основні причини даної ситуації криються в експансії міжнародних торгових марок ринку України і позитивному розвитку вітчизняного виробника. Цьому сприяє і географічне розташування Києва, і чисельність його населення, якщо його розглядати як потенційний ринок збуту. Не можна також не враховувати рівень і темпи розвитку бізнес-процесів у столиці України, в результаті чого швидко розвивалася і логістична інфраструктура – склади, логістичні розподільні центри та ін. Це, природно, вплинуло і на формування моделі розподілу вантажопотоків по території



України, «центр ваги» яких сформувався безпосередньо в Києві.

З окупацією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на частині території Донецької та Луганської областей модель розподілу вантажопотоків, що склалася на території України до 2013 року, змінилася.

На даний період часу регіони поки тільки починають вдосконалювати і розвивати відповідну логістичну інфраструктуру на своїх територіях. Аналіз наявної інфраструктури регіонів вказує на те, що саме тут ховається серйозний потенціал, оскільки регіони вже володіють усіма необхідними ресурсами для прийому, переробки і подальшого переміщення вантажопотоків. У регіонах є необхідні складські площі, кадри і техніко-технологічна база. Це є достатньою умовою для того, щоб почати роботу з організації РРЛЦ у межах всієї території країни.

Іншими словами, прийшла пора врівноважувати логістичне навантаження України шляхом створення у регіонах – регіональних розподільчих логістичних центрів, на національному рівні – національних розподільчих логістичних центрів, наприклад ТОВ «Логістичний центр "Бровари"», який територіально розташований в Броварах по вул. Гоголівській, 1А.

Такий висновок цілком обґрунтований і підтверджується тим, що останнім часом багато компаній вже успішно використовують принцип урівноваження логістичного навантаження, але тільки в межах своїх ринків збуту. Вони виходять з того, що товар, який зберігається на величезних складах в столиці, призначений для всієї України, а не тільки для Києва. А це означає, що виходячи зі споживчої здатності регіональних ринків, доцільно розосередити товарний запас у національних розподільчих центрах, які за логікою повинні розташовуватися поблизу великих (краще найбільших) мегаполісів країни. І чим раніше цей товар буде доставлений в регіони, тим дешевше буде його подальше зберігання, швидше він буде доставлений кінцевому клієнту, і вартість супутнього складського сервісу виявиться більш доступною широкому колу споживачів даного виду послуг. Отримання такого ефекту і навіть його посилення відбудеться за умови створення врівноваженої і збалансованої мережі на логістичному полігоні України РРЛЦ.

У висновку можна зазначити, що така стратегія надасть можливість оптимізувати і транспортні витрати за рахунок скорочення дрібних поставок товару зі столиці в регіони і далі кінцевого споживача, скоротити час на поставку вантажів кінцевим замовникам, значно зменшити обсяги запасів упродовж усього ланцюга поставок, починаючи від виробника і закінчуючи кінцевим споживачем. Це є важливим фактором, адже на цей момент часу багато компаній відправляють товари замовнику рівно тими партіями, які потрібні їм саме сьогодні.

Список використаних джерел:

1. Сумець О.М., Сумець Р.О. Прогнозування можливостей розвитку галузі виробництва будівельних матеріалів у Харківській області. *Вчені записки університету «КРОК»*. Вип. 20, том II, серія „Економіка”. Київ: Вид-во університету „КРОК”, 2009. С. 91 – 98.



Хамініч С.Ю., д.е.н., професор,
професор кафедри аналітичної економіки та менеджменту,
Дніпропетровський державний університету внутрішніх справ

Сокол П.М., к.е.н.,
доцент кафедри маркетингу та менеджменту
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

МАРКЕТИНГ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В СУЧАСНИХ ПОЛІТИЧНИХ УМОВАХ ДЕРЖАВИ

Розвиток останніх подій у світовому суспільстві вимагають нового осмислення освіти та сучасних підходів і методів до взаємодії всіх складових елементів освіти. Не останнє значення у цьому питанні належить маркетингу.

Маркетинг – система організації та управління суб'єкта господарювання, що передбачає комплексне урахування положення на ринку збуту для прийняття рішень [1, с. 647].

Саме маркетинг освіти, як передумова ефективної побудови інтеграції у світовий простір, дає змогу обґрунтуванню концептуальних засад освіти і ключових проблем маркетингу освіти з урахуванням сучасних політико – економічних і соціальних факторів мікро – та макросередовища, тенденцій розвитку світового господарства, впливу глобалізаційних процесів тощо. Шлях у майбутнє людства полягає через усвідомлення ролі освіти сьогодення [2].

В час трансформаційних перетворень, демократизації суспільного життя, розвитку біотехнологій, впровадження генної інженерії у життя, а також сучасний темп розвитку науково-технічного прогресу об'єктивно підвищуються необхідність, важливість та актуальність освіти. Особливо це характерно для сьогодення, коли почалася жахлива подія в Україні – війна.

Великий тлумачний словник сучасної української мови трактує категорію «освіта» наступним чином: освіта – сукупність знань, здобутих у процесі навчання; рівень, ступінь, піднесення рівня знань; навчання; загальний рівень знань у суспільстві, державі і т. ін.; система навчально – виховних заходів; система закладів і установ, через які здійснюються ці заходи; письменність, грамотність [1, с. 857].

Чітка і повна зміна парадигми освіти в сучасних умовах у нинішньому сторіччі вимагає по- новому осмислити роль сучасного місця людини, особистості в економічному та освітньому просторі на тлі національної безпеки.

Це більшою мірою викликане сучасними соціально-економічними та політичними умовами у глобалізованому світі, коли загроза агресії та нападу Росії – є для всього демократичного суспільства.

У такий важкий час для нашої держави не можна відволікати увагу від освіти, саме економіки знань, враховуючи, що освіта і наука – є одним із показників якості життя.

Рушійною силою становлення економіки знань – є інтелектуальний



капітал. Академік Чухно А., досліджуючи сучасні тенденції економічного і соціального розвитку, як ключовий фактор становлення інформаційного суспільства виділяє творчу інтелектуальну працю, підкреслюючи, що творча праця, творча діяльність людини – одна з визначальних рис нового суспільства [3].

У ХХІ сторіччі провідні країни світу вступили в епоху постіндустріального суспільства та економіки знань, де основними вимогами є розвиток інформаційних технологій, активне впровадження інновацій та високий ступінь освіченості суспільства.

Зростання рівня освіти зумовлене темпами розвитку суспільства. Стан і рівень освіти залежить від уваги і впливу держави. Не дивно, що кращі університети світу повинні бути кращими для світу – є реальністю.

Для сьогодні майже всі заклади освіти перейшли на дистанційне навчання, тому маркетинг освітніх послуг повинен відповідати сучасним реаліям. Необхідно акцентувати увагу на діджиталізації наданих послуг, якісному методичному забезпеченні, освоєнні сучасних платформ освіти, новітніх технологій в освіті, інтерактивних методів навчання тощо.

Головні принципи подальшого розвитку освіти: універсалізація, глобалізація, відповідність запитам суспільства і часу, взаємодія з наукою і культурою, демократизація для всіх [4,с.112].

Дуже важливо ці визначальні принципи освіти розвивати та впроваджувати в систему маркетингу освітніх послуг у зв'язку з системою безпеки держави та кожної особистості.

Індикатором життєдіяльності і ефективності управління є освітній потенціал, який забезпечує конкурентоспроможність, стійкість і динамічність системи управління, що певною мірою висуває особливі вимоги щодо принципів її формування, напрямів розвитку, критерії оцінки [5].

При побудові нової моделі освіти (в умовах військових дій на території України) товаром у суспільстві виступають самі знання як унікальний товар, що надаються сучасними закладами освіти.

Таким чином, маркетинг освітніх послуг в сучасних політичних умовах держави – це надання якісної інформації, на засадах якої можливо було б управляти природою, технікою, суспільством з метою свідомого спрямування на посилення безпеки держави.

Список використаних джерел:

1. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Укл. і гол. ред. В.Т. Бусел. К.; Ірпінь: ВТФ «Перун», 2009. 1736 с.
2. Маркетинг освіти в умовах глобалізаційних викликів : монографія / За заг. ред. проф. Хамініч С.Ю.; Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара. Дніпро.: Вид-во «НоваІдеологія», 2020. 210 с.
3. Чухно А. Актуальні проблеми стратегії економічного і соціального розвитку на сучасному етапі // *Економіка України*. 2004. №4. С. 15-23.



4. Шкіль М., Романовський О. Тенденції і принципи подальшого розвитку вищої освіти. *Освіта і управління*. 1999. Т3. №3. С. 103-114.

5. Хамінч С. Ю. Управління підприємством на засадах освітнього потенціалу: Монографія. Д.: Вид-во ДНУ, 2006. – 288 с.





Харченко Н.О., Катериніна Д.М.,
здобувачі вищої освіти СВО магістр, ОПІІ Маркетинг
Науковий керівник - **Лишенко М.О.**, д.е.н., професор,
завідувач кафедри маркетингу та логістики
Сумський національний аграрний університет

СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ ПОТЕНЦІАЛОМ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Можливим та дієвим напрямком забезпечення конкурентоспроможного розвитку агропромислових підприємств є все ж таки використання маркетингової діяльності, однак в дещо відмінному від сучасних теорій та здобутків науки вигляді.

Ми пропонуємо запровадження теорії маркетингу до практики агропромислових підприємств через формування моделей, які мають базуватись на первинних інструментах комплексу маркетингу, зокрема, на поєднанні товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик, тобто на базових 4Р без їх розширення до сучасних тенденцій (рис. 1 – 4)

ТОВАРНА ПОЛІТИКА - СКЛADOVA ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Дія зумовлена тим, що існуюча практика агропромислового виробництва поки що залишається на виробничому рівні, тобто напрям діяльності підприємства, в тому числі його управлінська складова, обирається у відповідності з наявними виробничими потужностями. При чому формування товарної політики відповідає не вимогам сучасних ринкових реалій, а є продовженням багаторічного сформованого процесу. І, як наслідок, залучення повного теоретично обґрунтованого інструментарію формування товарної політики з точки зору маркетингу не є можливим для практичного використання (зокрема, товарний асортимент, ринкова атрибутика товарів, життєвий цикл тощо).

Рисунок 1 - Товарна політика - складова формування маркетингового потенціалу

Джерело: сформовано автором на основі [1, с. 108]

Реалізація цінової політики підприємств також має свої особливості (рис. 2).



ЦІНОВА ПОЛІТИКА - СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Так, встановлення ціни реалізації у підприємствах відбувається в переважній більшості не за теоретично більш привабливими методами («витрати + необхідний прибуток», за ціною лідера), а за ринковими, при чому такі ціни встановлюють не кінцеві споживачі (для агросировинної продукції – переробні підприємства та експортери), а посередницькі структури, кількість яких є необмеженою в існуючих ринкових структурах і частка реалізації продукції від безпосередніх виробників до посередницьких організацій в межах 90 -100 %. Існуючий рівень ринкових цін є низьким для агропромислових підприємств з точки зору можливостей подальшого провадження розширеного відтворення, а також викликає перерозподіл фінансових ресурсів зі сфери виробництва до сфери обігу й спричиняє наявність та постійне зростання цінового диспаритету.

Рисунок 2 – Цінова політика - складова формування маркетингового потенціалу
Джерело: сформовано автором на основі [2, с. 303]

Що стосується політики комунікацій, то ситуація не є кращою (рис. 3).

КОМУНІКАЦІЙНА ПОЛІТИКА - СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

В теорії вже сформовані різноманітні заходи стимулювання продажів, визначені основні рекламні можливості з урахуванням галузевої приналежності продавців, досліджені окремі напрями пристосування політики комунікацій до виробничо-комерційної діяльності підприємств. Однак практика свідчить, що агропромислове виробництво знаходиться лише на рівні залучення найпростіших інструментів (виставки, ярмарки).

Рисунок 3 – Комунікаційна політика - складова формування маркетингового потенціалу

Джерело: сформовано автором на основі [4, с. 140]

І останньою складовою маркетингової інструментарію забезпечення виробничо-комерційної діяльності є політика розподілу та збуту товарів, за якою ситуація не є кращою в частині її залучення в умовах розвитку ринку (рис. 4).

Отже, концепція запровадження агропромислового маркетингу, на нашу думку, має базуватись на розумінні маркетингу, як різновиду системи управління виробничо-збутовою діяльністю суб'єкта агробізнесу, в основу якого покладено використання базових інструментів маркетингу (товарної,



цінової, комунікаційної та збутової політик) як єдиного комплексу. Результатом формування даної системи є визначення напрямів діяльності господарюючого суб'єкта у відповідності до постійних змін ринкового середовища; тактики поведінки на ринку з метою утримання необхідної ринкової частки та інших результативних показників виробничо-комерційної діяльності; стратегії забезпечення конкурентоспроможного розвитку суб'єктів виробничої сфери аграрного ринку.

ПОЛІТИКА РОЗПОДІЛУ - СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОГО
ПОТЕНЦІАЛУ

Як вже було відзначено, використання різних за структурами та рівнями каналів розподілу зводиться до наявного переважного збуту більшої частини товарів посередницьким організаціям і лише до 10 % реалізується за прямими маркетинговими каналами, тобто кінцевим споживачам продукції.

Останнє є базовою причиною перетікання основного капіталу зі сфери виробництва до сфери обігу, що, в свою чергу, призводить до недоотримання прибутків товаровиробниками, які повністю забезпечують весь складний та ресурсозатратний виробничий процес.

Рисунок 4 – Політика розподілу - складова формування маркетингового потенціалу

Джерело: сформовано автором на основі [3, с. 61]

При чому потребує оновлення змістовне наповнення визначеного маркетингового інструментарію не через розширення його теоретичної сутності з подальшим пристосуванням до умов аграрного виробництва, а з урахуванням, в першу чергу, можливостей практичного застосування у діяльності підприємств товаровиробників.

Існуючий рівень можливостей формування маркетингової діяльності в агропромисловому виробництві є слабким, при чому розглянуті лише базові «4Р», а не всі можливі наукові результати розвитку теорії маркетингу. Запропоновано запровадження маркетингової діяльності в агропромисловому виробництві через формування нових моделей, які базуватимуться на первинних принципах теорії маркетингу [5, с. 26].

При чому інструментарій має бути обраний не з урахуванням теоретичної бази, а через відповідність всіх складових, елементів та компонентів до реальної практики агробізнесу.

Концепція запровадження торговельного агропромислового маркетингу має базуватись на розумінні маркетингу, як різновиду системи управління виробничо-збутовою діяльністю суб'єкта агробізнесу, в основу якого покладено використання базових інструментів маркетингу (товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик) як єдиного комплексу.



На основі дослідження теоретичних положень щодо формування маркетингових моделей розвитку та існуючого стратегічного управління в системі менеджменту підприємств запропоновано використання системи В2В, обґрунтовано оновлений зміст маркетингового інструментарію в розрізі товарної, цінової, комунікаційної та збутової політик, а також доведено необхідність та можливості запровадження маркетингу в реальну практику суб'єктів агробізнесу. Слід відзначити, що такі заходи спрямовані на малі й середні підприємства (класифіковані за розмірами). На нашу думку, навіть базовий рівень дозволить товаровиробникам прийти до розуміння сутності маркетингової діяльності, а також до необхідності її залучення в свою систему управління підприємством, що забезпечуватиме конкурентоспроможний розвиток як на коротко-, так і на довгострокову перспективу. Вітчизняні особливості провадження виробничо-комерційної діяльності визначаються, в першу чергу, тим, що переважна більшість торговельних підприємств ще не дійшли до розуміння та прийняття одного з основних інструментів забезпечення ефективного функціонування, а саме генерування та імплементації стратегій конкурентоспроможного розвитку, пріоритетом яких має стати використання теоретичних та прикладних здобутків маркетингу. Успішне розв'язання зазначеної проблеми можливе за рахунок комплексного використання теоретичних, методологічних і практичних засад формування результативних механізмів та інструментів управління конкурентоспроможністю агропромислових підприємств, передусім, стратегічного та маркетингового, що зумовлює необхідність запровадження окремих форм реінжинірингу бізнес-процесів.

Список використаних джерел:

1. Гнатенко Є.П. Теоретико – методологічні основи аналітичної діагностики обсягу реалізації продукції підприємства. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 30. С.106-110. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/30-2019>
2. Гончарук О.В., Бузовська Г.О. Методичні положення графоаналітичної оцінки економічного потенціалу підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Випуск 10. 2016. С. 302-307. URL: <http://global-national.in.ua/archive/10-2016/64.pdf>
3. Іванова Г.О. Особливості формування каналів розподілу в маркетинговій діяльності аграрних підприємств. *Вісник СНАУ: серія «Економіка і менеджмент»*. Вип. 8(78). Суми: СНАУ, 2018. С. 59- 63.
4. Королюк Ю.Г., Толуб'як В.С. Маркетинговий потенціал іт-сектору цифрової економіки регіону. *Mathematical methods, models and information technologies in economy*. Issue I-II (77-78), 2020. С. 137-148. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2020/v1_2/11.pdf.
5. Лищенко М.О. Аудит асортименту як напрям підвищення ефективності маркетингової діяльності підприємства. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Економіка»*: науковий журнал. Острог: Вид-во НаУОА, вересень 2018. № 10(38). С.25-30. URL: [file:///E:/Incoming/2007-Article%20Text-3602-1-10-20181106%20\(1\).pdf](file:///E:/Incoming/2007-Article%20Text-3602-1-10-20181106%20(1).pdf).





Хірівський Р.П., к.е.н., доцент кафедри міжнародних економічних відносин та маркетингу, **Львівський національний університет природокористування**

ЕВОЛЮЦІЯ КОМПЛЕКСУ МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ

Ефективність реалізації комплексу міжнародного маркетингу є тісно пов'язаною із методами, котрі використовуються для його здійснення. У практиці діяльності транснаціональних корпорацій найбільш популярним є поєднання методів аналогічних національному маркетингу (сферою застосування котрого є внутрішній ринок) та спеціальних методів міжнародного маркетингу [3].

Історія наукових досліджень демонструє ефективність застосування спеціальних методів вирішення специфічних проблем конкретно-економічних наук. Ключовою особливістю цих методів є те, їх розробку та вдосконалення визначає характер досліджуваних об'єктів [5].

Наразі немає єдності думок відносно застосування методів, специфічних для маркетингу, але усі дослідники сходяться на тому, що комплекс маркетингу застосовує відмінні від інших сфер прийоми та методи. Серед них, у першу чергу, варто відмітити сегментування ринку й позиціонування на ринку компаній і їх товарів.

Окремі закордонні дослідники до методів, котрі належать маркетингу, включають і також SWOT - аналіз (аналітику слабких та сильних сторін компаній), ABC - аналіз, технологію оцінки конкурентоздатності та ін. Вважаємо, що унікальними методами, котрі відносяться лише до маркетингу, є методи сегментування і позиціонування, інші методи та прийоми застосовуються і у інших наукових сферах.

На основі поданого матеріалу пропонуємо відносити методи сегментування, позиціонування і комплекс маркетингу до переліку спеціальних методів маркетингу, котрі придатні до застосування як на внутрішніх ринках, так й на глобальному ринку [1].

Здійснення підприємницької діяльності на глобальному ринку накладає певну специфіку на процес класифікації методів міжнародного маркетингу, що пов'язано із прагненням корпорацій застосовувати у себе на локальних ринках якомога більшу кількість успішно зарекомендованих методів маркетингу. Через це усі методи, котрі застосовуються в сфері міжнародного маркетингу, варто перш за все розділити на методи національного маркетингу і спеціальні методи глобального маркетингу (рис. 1).

Застосування спеціальних методів глобального маркетингу зумовлене тим, що відсутність вказаних методів зумовила б розробку усіх елементів маркетингу на ринках навіть для кожного окремо взятого сегменту певної держави. Тож з'являється необхідність у застосуванні таких методів, котрі б дозволяли порівняння елементів маркетингу у певній державі із аналогічними складовими в інших, виявляючи у них спільні риси.

Розподіл спеціальних методів глобального маркетингу на дві групи



зумовлений методологією міжнародного маркетингу, котра передбачає застосування уже існуючих маркетингових розробок як для локальних так і для зовнішніх ринків [2].

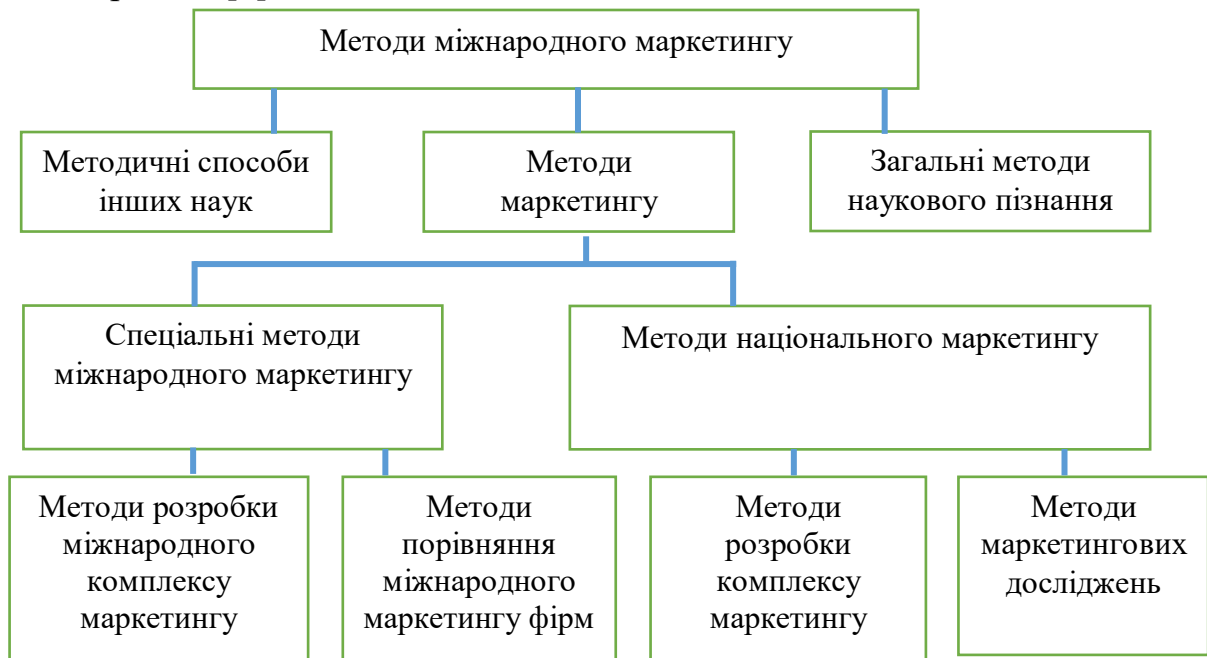


Рис. 1. Класифікація методів, що застосовуються у міжнародному маркетингу

При цьому, вважаємо, що до першої групи спеціальних методів мають належати методи порівняльного аналізу глобального маркетингу. У цьому контексті другу складову спеціальних методів - методику розробки глобального комплексу маркетингу варто поділити на чотири ключових групи (рис. 2).

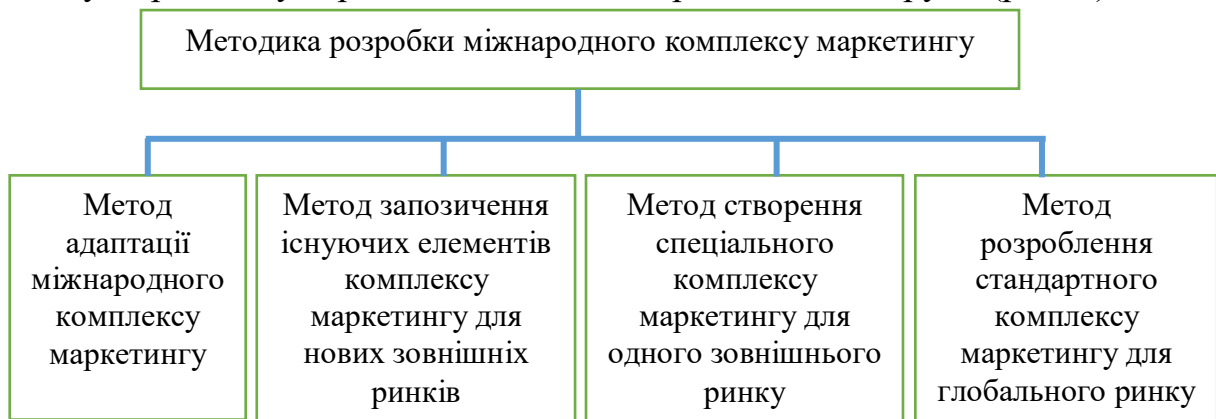


Рис. 2. Класифікація методів розробки міжнародного комплексу маркетингу

Як ключову ознаку виділення наведених двох методів використовують їхнє призначення в розробці комплексу глобального маркетингу, в основу котрого покладено можливість застосовувати раніше розроблені компанією елементи. Усі методи, котрі входять до класифікації, є напрямками формування комплексу маркетингу компаній на міжнародному ринку.

У першу групу включають інноваційні методи, необхідні у процесі



розробки комплексу глобального маркетингу для міжнародного ринку, кардинально відмінні, від тих, котрі раніше були у компанії [4].

Другим різновидом методів є методики, сформовані із запозиченням наявних елементів комплексу глобального маркетингу.

Висновки. Дослідження демонструє, що одні й ті самі загальнонаукові методи можуть використовуватись на різних рівнях, але ступінь їхнього застосування при цьому сильно відрізняється. Зокрема, методи аналізу і синтезу, індукції й дедукції є присутніми відповідно до класифікації на двох рівнях - теоретичному та експериментально-теоретичному. В цей же час теоретичні методи мають значний рівень застосування. Віднесення методів системного аналізу і комплексного підходу до метатеоретичного рівня теж має досить умовний характер через неможливість без них ефективно використовувати методи нижчого рівня в сучасних умовах.

Список використаних джерел:

1. Боярко І. М., Самусевич Я. В. Теоретичні аспекти системи ціннісно-орієнтованого управління підприємством. *Бизнес-Информ*, 2012. № 9. С.282-284.
2. Ковінько О. М. Активізація зовнішньоекономічної діяльності виробничого підприємства засобами міжнародного маркетингу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки*. 2015. №14. С. 87-90.
3. Федорченко А.В., Окунєва О.В. Внутрішній маркетинг підприємства: теорія, методика, практика: монографія. Київ: КНЕУ, 2015. 230 с.
4. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля. К.: КНЕУ, 2001. 488 с.
5. Цифровий маркетинг модель маркетингу ХХІ сторіччя / М.А. Окландер, Т.О. Окландер, О.І. Яшкіна [та ін.]. / за ред. М.А. Окландера. Одеса: Астропринт, 2017. 292 с.



РОЗДІЛ 9. МАТЕМАТИЧНІ МЕТОДИ, МОДЕЛІ ТА ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ЕКОНОМІЦІ





ЕКОНОМІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ В УПРАВЛІННІ ДОХОДАМИ ВІД ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розробка механізмів управління формуванням доходів від операційної діяльності підприємств, обґрунтування структури й методичного забезпечення його функціонування дозволяє максимізувати прибуток сільськогосподарського підприємства у ринкових умовах господарювання.

Управління формуванням доходів від операційної діяльності підприємства має базуватися на певному економічному моделюванні, що є складовою частиною системи управління. Розглядаючи таке моделювання щодо управління формуванням доходів від операційної діяльності аграрних підприємств виділимо об'єкт і суб'єкт управління (рис.).

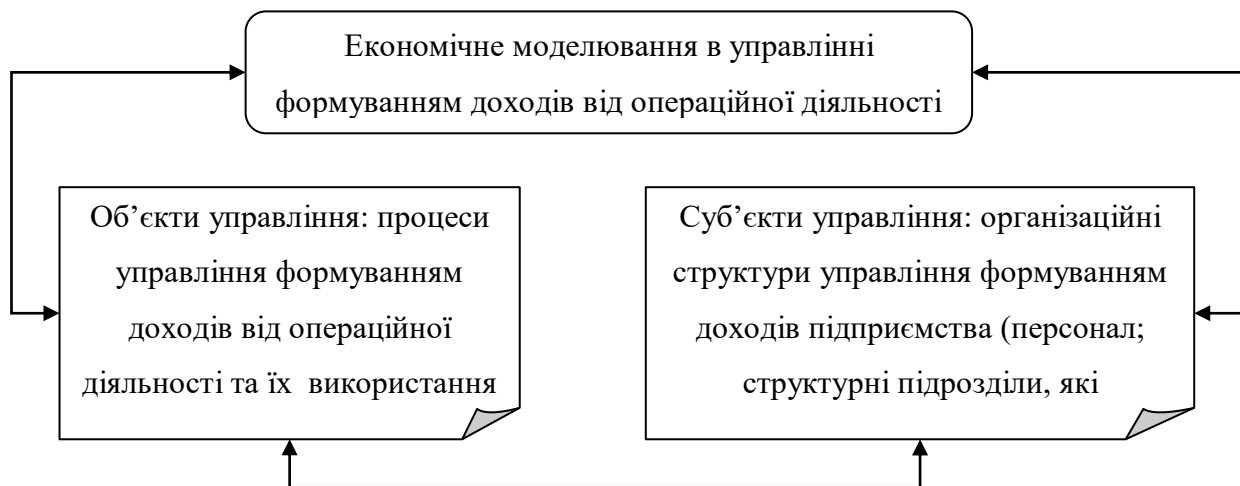


Рис. Об'єкти та суб'єкти моделювання в управлінні формуванням доходів від операційної діяльності підприємства

Об'єктами моделювання в управлінні доходами від операційної діяльності підприємств виступають процеси управління формуванням доходів від операційної діяльності та їх використання, на які спрямовано вплив функцій управління.

З економічної точки зору механізм управління містить такі елементи:

- цілі та завдання управління;
- принципи управління;
- методи управління;
- організаційне та інформаційно-аналітичне забезпечення управління;
- ресурси управління (матеріальні, нематеріальні, фінансові, трудові, інвестиційні, інформаційні), з використання яких реалізується обраний метод управління і забезпечується досягнення поставленої менеджментом мети;
- нормативно-правове забезпечення управління;



– програмно-технічне забезпечення управління.

На нашу думку, механізм моделювання в управлінні доходами від операційної діяльності підприємств складається з елементів, які регулюють процес розробки і реалізації управлінських рішень, пов'язаних з їх формуванням, розподілом і використанням невідривно від завдань загальної стратегії аграрного підприємства, як методи і засоби, форми, інструменти та моделі, що забезпечують ефективність роботи всієї системи завдяки взаємодії.

Перший блок – визначення з ряду альтернатив основних орієнтирів (цілей та завдань) управління доходами від операційної діяльності підприємства. На даному етапі відбувається генерація та визначення пріоритетів альтернативних цілей та завдань підприємства за структурними складовими, оцінюються потрібні ресурси, аналізується їх наявність.

Другий блок – конкретизація шляхів управління доходами від операційної діяльності підприємства із врахуванням специфіки діяльності і його конкурентних переваг – визначаються методи організації робіт від формулювання ідеї підприємницької діяльності до досягнення підсумкового комерційного результату.

Економічні методи є методами непрямої дії, тому їх ефективність в значній мірі залежить від контролюючих зусиль суб'єкта управління. Практичне застосування економічних методів має доповнюватися ефективними адміністративними заходами. До адміністративних методів впливу відносяться організаційні, що впливають на структуру управління; розпорядчі, дисциплінарні, що впливають на процес управління, спрямовані на деталізацію планів, ліквідацію відхилень, забезпечують мотивацію та контроль. Соціально-психологічні методи управління ґрунтуються на використанні моральних стимулів до праці, ініціативи, новаторства.

Третій блок – здійснення аналізу та оцінки ефективності функціонування підприємства, зокрема, ефективності операційної діяльності.

Четвертий блок – формування системи важелів, методів, регулятивних та контрольних інструментів, які в подальшому повинні забезпечити неперервне управління доходами від операційної діяльності підприємства. Завдання планування полягає у дослідженні на основі якісних вхідних даних альтернативних шляхів формування доходів від операційної діяльності відповідно до набору запропонованих змінних та обмежень, які з одного боку задовольняють бачення менеджменту щодо напрямів стратегічного інноваційного розвитку аграрного підприємства, а з іншого – об'єктивно відображає реальний стан систем внутрішнього ресурсного забезпечення суб'єкта господарювання та зовнішніх потреб ринку.

Загальним результатом функціонування такої моделі управління є чітко сформована послідовність кроків, яка, при забезпеченні подальшої реалізації управління, підкріплює її ефективність завдяки наявності ітераційних зв'язків для корекції попередніх етапів, а також загальним контролем на четвертому етапі роботи моделі.



Список використаних джерел:

1. Балдик Д. О. Формування фінансово-економічних результатів діяльності сільськогосподарських підприємств. *Молодий вчений*. 2016. № 5. С. 8-12.
2. Білик М. Д. Обліково-аналітичне забезпечення управління фінансовими результатами діяльності підприємств. *Бізнесінформ*. 2019. № 4. С. 205-213.
3. Пасенко Н. С. Організація обліково-аналітичного забезпечення управління фінансовими результатами підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Випуск 17. С.854-859.





Болібрух Н.А., здобувач вищої освіти
СВО бакалавр Комп'ютерні науки та інформаційні технології,
Бондарчук О.Ю., Макаруч А.В., здобувачі вищої освіти
СВО магістр Математика,
Науковий керівник – **Глинчук Л. Я.**, к.е.н, доцент кафедри
комп'ютерних наук та кібербезпеки,
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЧОМУ ІТ-КОМПАНІЇ НАЙМАЮТЬ ЕКОНОМІСТІВ

Під час великої кількості недавніх інтерв'ю, головні директори багатомільярдних ІТ-компаній говорили, що зацікавлені у створенні внутрішніх команд економістів. Вони і раніше співпрацювали з економістами та були у захваті від результатів. Тепер вони хотіли б знати, як застосувати інструментарій економіста в інших сферах бізнесу. Якби вони найняли команду економістів із докторським ступенем, з чого їм почати?

Економісти почали відігравати все більш важливу роль у технологічному секторі, а компанії шукали рекомендації про те, як залучити економістів до своїх компаній [2]. Наприклад, Amazon непомітно найняв понад 150 економістів із докторським ступенем. Нові співробітники варіюються від головного економіста (який раніше був штатним професором економіки) до нових докторів наук, яким доручено працювати над конкретними бізнес-проблемами в рамках усієї компанії. Конкретні проекти охоплюють все: від вибору дизайну для оглядів Amazon до оцінки попиту продукти на Amazon.

Amazon далеко не самотня в агресивному наймі економістів із докторським ступенем. У різних компаніях, від Google, Facebook і Microsoft, тепер є великі команди економістів. І десятки інших технологічних компаній винайняли невеликі групи економістів.

Ми присвятили велику кількість часу вивченню питань, пов'язаних із технологічним сектором, а останнім часом допомагаємо створити спільноту технічних економістів як в академічних колах, так і на практиці. Керуючись статтею про економістів у Journal of Economic Perspectives, ми досліджували та сліdkували за роботою, яку економісти роблять у технологічному секторі, і те, як інструментарій економіста природно підходить для ІТ-компаній.

Після опрацювання статті, можна виділити два центральні компоненти підготовки аспірантів з економіки, які існували задовго до появи ІТ-компаній, але виявилися добре відповідними та потрібними для цього сектору.

По-перше, економічна наука десятиліттями розробляла інструментарій, призначений для дослідження емпіричних взаємозв'язків, приділяючи особливу увагу методам, що допомагають зрозуміти, які кореляції говорять про причинно-наслідковий зв'язок, а які ні [2]. Це питання виникає постійно — чи розширює Uber Express Pool всю базу користувача Uber або просто приваблює користувачів з інших продуктів Uber? Чи повинен eBay розміщувати рекламу в Google, чи це просто відволікає людей, які б у будь-якому випадку прийшли через звичайний пошук? Чи відхиляються афроамериканські користувачі



Airbnb через їхню расу? Це лише деякі з незліченних питань, з якими борються технологічні компанії, вкладаючи значні кошти у розуміння ступеня причинно-наслідкового зв'язку. Економісти повинні були поставити всі ці питання та відповісти на них. Звичайно, причинно-наслідкові зв'язки важливі у всіх секторах, але технічний сектор, де даних достатньо і можливе проведення експериментів, був лідером у спробах доповнити інтуїцію даними. І ці аналізи мають великий вплив на залучені компанії; наприклад, рекламний аналіз eBay показав, що вони витрачають мільйони доларів на неефективну рекламу Google [1, с. 210].

По-друге, економісти витратили десятиліття на роздуми про структуру ринків та стимулів, і ця робота, яка також передувала епосі Інтернету, знайшла нові застосування у цифровій економіці. Оскільки онлайн-ринки – від Uber та Airbnb до Tinder та Raktor до рекламних аукціонів – стали важливою частиною цифрової економіки, економісти відіграли центральну роль у їх формуванні. Наприклад, економічні дослідження старанно продумали роль пошуку споживачів у формуванні дизайну аукціонів для цифрової реклами. У своїй роботі Microsoft використовувала ці ідеї, щоб покращити якість реклами Bing. Використання економічної теорії розробки торгових майданчиків може вплинути на кінцевий результат. Коли Yahoo! помітили, що їх резервні ціни були нижчими, ніж передбачала теорія, вони провели експеримент із коригування резервних цін і допомогли компанії збільшити прибуток на мільйони доларів.

Дуже цікаво спостерігати за розвитком технологічного сектора та за тим, який вплив зробив інструментарій економіки. За останні два роки відбулося декілька конференцій з економіки в технологічному секторі, що спонсоруються Національною асоціацією бізнес-економістів. Ці конференції наголосили на практичній значущості роботи, що проводиться технічними економістами, та компаніями, які нині привносять економічний підхід у свої рішення.

Однак ми також виявили, що компанії часто не знають, з чого розпочати створення команди економістів. Якщо ваша платформа включає зіставлення користувачів або компаній, то економісти з дизайну ринку, ймовірно, можуть допомогти в прийнятті цих рішень [3, с. 53]. Приклади компаній, де зіставлення відіграє центральну роль, включають торгові майданчики (Google, Amazon, Yahoo!, Airbnb, Tinder тощо) та платформи для відгуків (TripAdvisor, AngiesList). Деякі фірми починали як традиційні роздрібні торговці або постачальники, які продають власні продукти, а потім перетворилися на платформу. Початкове питання, яке стоїть перед компаніями, починаючи від інтернет-магазинів і закінчуючи фінансовими службами, полягає в тому, чи дозволяти іншим фірмам продавати продукти або послуги своїм споживачам поряд з їх власними, і чи робити це тільки для додаткових продуктів або піти настільки далеко, щоб відкрити продукти, які можуть безпосередньо конкурувати зі своїми. Інші відповідні проекти дизайну ринку варіюються від зміни структури ціноутворення до розробки платформи для відгуків.



Можливості для злиття, поглинання та ексклюзивних угод вашою фірмою або вашими конкурентами можуть виникнути і можуть змінити стратегічне середовище. Економічні принципи можуть допомогти вам зрозуміти, які галузі можуть бути стійкими, а також кількісно оцінити, як конкретні угоди вплинуть на прибутковість вашого бізнесу. Економічні принципи можуть допомогти у прогнозуванні реакції регулюючих органів на зміни у структурі галузі. Наприклад, економічне моделювання може допомогти визначити, чи зможе ринок витримати безліч конкурентів (наприклад, Android та iPhone) або, швидше за все, врешті-решт залишиться одна домінуюча фірма. Наприклад, у багатьох невеликих країнах Google займає понад 90% ринку пошуку.

Список використаних джерел:

1. Susan A., Luca M. Economists (and Economics) in Tech Companies // NBER Working Paper, No. 25064. 2018.
2. Economist. Investopedia. URL: <https://www.investopedia.com/terms/e/economist.asp>
3. Иващенко Н. Экономика инноваций. Учебно-методическое пособие для бакалавров. 2021. 194 с.





Бондарчук О.Ю., здобувач вищої освіти

СВО магістр ООП Математика

Караханов Д.А., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ООП Середня освіта. Математика

Корецький В.С., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ООП Математика,

Науковий керівник - **Товкач Р.В.**, к. ф. -м. н.,

доцент кафедри теорії функцій та

методики навчання математики,

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ОПТИМІЗАЦІЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЗАВДАНЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ТРАНСПОРТНОЇ ЗАДАЧІ

Сучасний стан економічної ситуації та зростання потреб споживчого ринку винесли на поверхню проблеми з логістикою. На сьогоднішньому ринку зростає попит на доставку вантажів у визначені терміни, який і обумовлює проблему ефективності транспортування. Відомо, що ефективність транспортування визначається трьома факторами: вартістю, безперервністю та швидкістю. Усі ці критерії в транспортному перевезенні є нестабільні, тому оптимізація перевезень є актуальною проблемою.

Транспортна задача – це задача про відшукання оптимального плану перевезень деякої однорідної (взаємозамінної) продукції з пунктів постачання (виробництва) в пункти споживання і так, щоб сумарна вартість перевезень була б мінімальною.

Виділяють такі види транспортних задач: за критерієм вартості (план перевезень оптимальний, якщо досягнуто мінімум витрат на його реалізацію) та за критерієм часу (план оптимальний, якщо на його реалізацію витрачається мінімум часу) [1].

Задача за критерієм часу виникає, наприклад, при складанні плану перевезень продуктів харчування, які швидко псуються, при евакуації із зони стихійного лиха, при доставці матеріалів для аварійних та рятувальних робіт тощо. В таких задачах до уваги береться не вартість виду перевезення, а час, протягом якого відбудеться це перевезення [2].

Як і в класичній транспортній задачі маємо пункти виробництва A_1, A_2, \dots, A_m , які містять однорідний продукт відповідно в кількостях a_1, a_2, \dots, a_m . Цей продукт потрібно перевезти в пункти споживання B_1, B_2, \dots, B_n з потребами b_1, b_2, \dots, b_n . Будемо вважати що виконується співвідношення:

$$\sum_{j=1}^n b_j = \sum_{i=1}^m a_i.$$

Потрібно скласти такий оптимальний план при якому всі постачальники повністю вивозять свій товар і всі споживачі отримують продукцію, відповідно до їхніх потреб за найкоротший проміжок часу. Варто сказати, що транспортна



задача за критерієм часу не належить до задач лінійного програмування.

Складемо математичну модель задачі. Позначимо через x_{ij} кількість одиниць продукції, яку потрібно перевезти з пункту A_i в пункт B_j , а через t_{ij} – час, який потрібний для перевезення продукції з пункту A_i в пункт B_j , причому час перевезення не залежить від кількості одиниць продукції x_{ij} . Задача полягає в тому, щоб знайти такий план $X = \|X_{ij}\|$ для якого виконуються умови [2]:

$$\left\{ \begin{array}{l} T(X) = \max_{x_{ij} \geq 0} t_{ij} \rightarrow \min, \\ \sum_{j=1}^n x_{ij} = a_i, \\ \sum_{i=1}^m x_{ij} = b_j, \\ x_{ij} \geq 0, i = \overline{1, m}, j = \overline{1, n}. \end{array} \right.$$

Задача розв'язується наступним чином.

Будуємо початковий опорний план X_1 (методом найменшої вартості, або методом північно-західного кута). Шляхом перебору клітинок визначаємо значення цільової функції $T(X_1) = \max_{x_{ij} \geq 0} t_{ij} = t_{l_1 k_1}$. Всі вільні клітинки, для яких виконується умова $t_{ij} > T(X_1)$ викреслюються. В подальшому ці клітинки використовувати недоцільно, оскільки значення цільової функції буде збільшуватися. Для того щоб зменшити значення цільової функції потрібно звільнити (розвантажити) клітинку $(l_1; k_1)$, в якій t_{ij} досягає свого максимуму. Для цього будують розвантажувальні цикли, які можуть включати в себе декілька вільних клітинок [3].

В кожному розвантажувальному циклі, починаючи з розвантажувальної клітинки $(l_1; k_1)$ розставляються по чергово знаки «+» і «-», так щоб вільні клітинки містили знак «+» і сама розвантажувальна клітинка містила знак «-». У клітинки переносимо найменше з чисел $\Theta = \min\{x_{ij}\}$, які знаходяться в клітинках, які містять знак «-». Це число додається до клітинок зі знаком «+» і віднімається від клітинок зі знаком «-». При побудові циклу потрібно слідкувати, щоб у разі зменшення на величину перевезень Θ у клітинках не отримали від'ємних значень. Якщо цю клітинку вдалося розвантажити, то вона закреслюється.

Отримуємо новий опорний план X_2 в якому значення цільової функції менше ніж у X_1 . Далі знову намагаємося розвантажити клітинку, для якої $T(X_2) = \max_{x_{ij} \geq 0} t_{ij} = t_{l_2 k_2}$. Процес продовжується до тих пір поки є можливість розвантажити відповідну клітинку [3]. Даний алгоритм є скінченним, оскільки виконуються умови балансу



$$\sum_{j=1}^n b_j = \sum_{i=1}^m a_i.$$

і таблиця перевезень без заборонених клітин завжди може бути заповнена.

Можемо сказати, що транспортні задачі відіграють велику роль у розв'язанні багатьох економічних проблем, що виникають перед підприємствами. За допомогою транспортних задач можливе раціональне планування оптимальних перевезень, які призводять до швидкої доставки товарів, мінімізації витрат на паливно-мастильні матеріали, ремонт машин – тобто до скорочення витрат.

Список використаних джерел:

1. Іваницька О.В., Рощина Н.В., Сербул Р.С. Транспортна задача лінійного програмування. *Агросвіт*. № 14. 2015. С. 35–40.
2. Піддубний О.М. Дослідження операцій: навч. посіб. Луцьк: СНУ імені Лесі Українки, 2017. 268 с.
3. Титова Е.И., Чапрасова А.В. Разрешимость транспортной задачи по критерию времени. *Молодой учёный*. № 4 (63). 2014. С. 36–38.





Вайда Т.С., к.пед.н, доцент, доцент кафедри спеціальної фізичної та вогневої підготовки Херсонського факультету, **Одеський державний університет внутрішніх справ**

ДОТРИМАННЯ ПРАЦІВНИКАМИ ПОЛІЦІЇ ВСТАНОВЛЕНИХ ВИМОГ ЩОДО РОБОТИ З ПРАВОВОЮ (СЛУЖБОВОЮ) ІНФОРМАЦІЄЮ ЯК УМОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ В ПРАВООХОРОННІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Актуальність проблеми. Поліцейський (стаття 25 Закону України «Про Національну поліцію») – особа, яка проходить службу на відповідних посадах у Національній поліції України (далі – НПУ, центральний орган виконавчої влади, котрий служить суспільству шляхом забезпечення охорони прав і свобод людини, протидії злочинності, підтримання публічної безпеки і порядку) [1]. Невід’ємною складовою частиною правоохоронної діяльності поліцейських є правова інформація, під котрою відповідно до статті 17 Закону України «Про інформацію» розуміється «будь-які відомості про ... реалізацію права, юридичні факти, правовідносини, правопорядок, правопорушення і боротьбу з ними та їх профілактику тощо) [2]. У свою чергу за порядком доступу інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом. При цьому варто зазначити, що у діяльності органів/підрозділів НПУ досить часто використовують інформацію з обмеженим доступом, якою є конфіденційна, таємна та службова інформація. Зокрема, конфіденційною є інформація про фізичну особу, а також інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою, крім суб’єктів владних повноважень [2].

Поліція у відповідності до статті 25 цього нормативно-правового акту в рамках інформаційно-аналітичної діяльності проводить такі заходи, як: 1) формує бази (банки) даних, що входять до єдиної інформаційної системи Міністерства внутрішніх справ України; 2) користується базами (банками) даних Міністерства внутрішніх справ України та інших органів державної влади; 3) здійснює інформаційно-пошукову та інформаційно-аналітичну роботу; 4) здійснює інформаційну взаємодію з іншими органами державної влади України, органами правопорядку іноземних держав та міжнародними організаціями [1]. Також НПУ може створювати власні бази даних, необхідні для забезпечення щоденної діяльності органів (закладів, установ) поліції у сфері трудових, фінансових, управлінських відносин, відносин документообігу, а також міжвідомчі інформаційно-аналітичні системи, необхідні для виконання покладених на неї повноважень.

Діяльність поліції, пов’язана із захистом і обробкою персональних даних, здійснюється на підставах, визначених Конституцією України [3], Законом України «Про захист персональних даних» [4], іншими законами України.

Недотримання визначених правил безпеки під час здійснення службових обов’язків працівниками органів та підрозділів поліції може призвести до втрати чи крадіжки їх мобільних телефонів, персональних ноутбуків, магнітних носіїв інформації тощо. Вказане ставить під загрозу збереження персональних



даних та може призвести до розголошення інформації з обмеженим доступом.

Сприятливі умови для реалізації кіберзагроз в частині *зберігання та передача даних* виникають через порушення правоохоронцями базових вимог законодавства про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах (*далі — ІТС*), а також внаслідок таких чинників, як: 1) здійснення несанкціонованого доступу до баз даних; 2) копіювання та передача через незахищений канал мережі Інтернет документальних матеріалів, що містять службову інформацію; 3) використання особистих технічних засобів у складі виробничих автоматизованих систем (USB-флеш накопичувачі); 4) підключення до комп'ютерних систем технічних засобів із модулями передачі даних (Bluetooth, GSM тощо), призначених для створення каналів зв'язку з мережами загального користування та іншими електронними пристроями; 5) незахищеність ІТС за допомогою актуальних версій антивірусного програмного забезпечення [5].

З метою уникнення негативних наслідків при виконанні поліцейським службових обов'язків у випадку втрати або викрадення у нього носіїв інформації необхідно: 1) встановити паролі на усі пристрої, що перебувають у користуванні, а також паролі/коди на доступ до всіх облікових записів; 2) систематично здійснювати резервне копіювання важливих файлів; 3) блокувати пристрої щоразу після закінчення роботи з ними.

Окремим напрямом забезпечення інформаційної безпеки діяльності працівника поліції є *його активність в соціальних мережах*. З метою уникнення несанкціонованого доступу до персональних акаунтів, зареєстрованих у соціально-орієнтованих ресурсах мережі Інтернет, необхідно: 1) встановити надійний пароль для входу в обліковий запис. При цьому рівень захищеності акаунта та інформації, яка в ньому міститься, залежить від складності встановленого паролю; 2) використовувати функцію подвійної авторизації. Щоб увійти до профілю з незнайомого пристрою, сервіс вимагатиме пройти додаткову ідентифікацію як власника акаунта. При цьому на вказаний номер телефону чи на поштову скриньку буде надіслано повідомлення з кодом підтвердження або необхідно буде ввести один із паролів, які попередньо були збережені через інший обраний спосіб підтвердження; 3) здійснити додаткові налаштування профілю в соціальних мережах з метою отримання інформації щодо несанкціонованого доступу до ресурсів з невідомого пристрою або Інтернет-браузера; 4) при створенні акаунтів у соціальних мережах використовувати у якості логіна поштову адресу надійного сервісу (наприклад «Google», «Yahoo» або українських поштових сервісів (наприклад, ukr.net). Не рекомендується користуватися російськими сервісами; 5) не здійснювати авторизацію особистих чи робочих, корпоративних профілів з незнайомих чи незахищених пристроїв. Існує ймовірність, що після завершення роботи не буде здійснено вихід із облікового запису або пристрій запам'ятає вказаний при вході логін та пароль. Крім того, існує ймовірність ураження такого пристрою шкідливим програмним



забезпеченням, що може здійснювати збір та передачу відомостей щодо паролів та логінів зацікавленим особам; 6) не відкривати вкладень у підозрілих повідомленнях від адресатів щодо яких виникають сумніви; 7) необхідно пам'ятати, що саме фішинг (*довідково*: фішинг – вид шахрайства, метою якого є виманювання у довірливих або неуважних користувачів мережі Інтернет персональних даних клієнтів, сервісів із переказу або обміну валюти, Інтернет-магазинів) є найпоширенішим способом отримання зловмисниками паролів до поштових скриньок та сторінок у соцмережах [5].

Також слід враховувати, що у ході гібридної агресії з боку РФ соціальні мережі активно використовуються для збору додаткових відомостей щодо місць регулярного перебування особи, її родичів, колег, особистих уподобань та іншої приватної інформації.

З метою недопущення отримання зацікавленими особами додаткової (приватної) інформації стосовно особи працівника поліції, членів її сім'ї, колег рекомендується: 1) не публікувати у соціальних мережах інформацію, що може поставити під загрозу особисте життя особи, життя членів її сім'ї та інших осіб; 2) членам сімей правоохоронців не публікувати фото- та відеоматеріали, за допомогою яких можна визначити їх місцезнаходження, отримати дані про озброєння та діяльність поліцейського підрозділу, окремих правоохоронних формувань, що беруть участь у проведенні операції об'єднаних сил на сході України. Вказані дії можуть загрожувати життю та здоров'ю людей, а також створює передумови до вербувальної діяльності спеціальних служб іноземних держав, насамперед Російської Федерації; 3) обмежити доступ до приватної інформації в налаштуваннях конфіденційності соціальної мережі. Вибрати налаштування, які найбільше захищають додаткові відомості про власника акаунта. Зокрема, не зазначати геолокацію (місце розташування); 4) періодично переглядати список «друзів» у соціальній мережі. Якщо серед них є незнайомі або підозрілі акаунти, необхідно їх видалити, оскільки статус «друга» відкриває доступ до більшого обсягу приватної інформації про особу. У подальшому необхідно бути уважними під час додавання до списку «друзів» нових користувачів; 5) не використовувати російські соціальні мережі «ВКонтакте» та «Однокласники», а також російські пошукові системи «Mail.ru» та «Yandex» (у т.ч. із застосуванням сервісів VPN), доступ до яких обмежено відповідно до Указів Президента України № 133/20217 [6] та № 184/2020 [7], оскільки відповідно до федеральних законів РФ власники вказаних ресурсів можуть передавати російським спецслужбам відомості щодо персональних даних користувачів акаунтів (e-mail, номер мобільного телефону, дата та IP-адреса реєстрації, дата та IP-адреса останнього відвідування тощо).

Необхідно зазначити, що за розповсюдження через соцмережі матеріалів із закликами до насильницької зміни чи повалення конституційного ладу або до захоплення державної влади, а також зміни меж території або державного кордону України на порушення порядку, встановленого Конституцією України, передбачена кримінальна відповідальність.



Також слід звернути увагу на те, що окремі публікації, розміщені посадовими особами органів виконавчої влади на їх персональних сторінках у соціальних мережах, можуть слугувати інформаційним приводом, який у подальшому буде використаний для підриву авторитету державної влади в цілому, штучного загострення суспільно-політичної ситуації в державі та здійснення інших деструктивних дій на шкоду державним інтересам України.

Висновки. Таким чином, на основі проведеного аналізу рекомендацій Міністерства цифрової трансформації України та Служби безпеки України про попередження загроз інформаційній безпеці та удосконалення цифрової грамотності можемо зробити деякі узагальнення.

Працівники поліції при здійсненні правоохоронної діяльності користуються та володіють конфіденційною інформацією щодо вчинених правопорушниками злочинів, безпечно або недобросовісне ставлення до зберігання/втрати котрої може призвести до її використання в корисних цілях зацікавленими особами (уникнення відповідальності). Отже, забезпечення інформаційної безпеки професійної діяльності є її важливою складовою.

Основними напрямками забезпечення інформаційної безпеки, на котрі необхідно звертати увагу поліцейським при виконанні службових обов'язків, є наступні: 1) зберігання та передача даних; 2) користування соціальними мережами; 3) при використанні додатків до смартфонів; 4) електронне листування; 5) доступ до мережі інтернет; 6) дотримання посадовими особами органів та підрозділів поліції правил спілкування із громадськістю.

Список використаних джерел:

1. Про Національну поліцію : Закон України від 02 липня 2015 року № 580-VIII (в редакції від 01.01.2022). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/main/580-19> (дата звернення: 14. 01.2022).

2. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 року № 2657-XII (із змінами станом на 01.01.2022). URL: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 13.01.2022).

3. Конституція України : прийнята на п'ятій сесії Верховної Ради України від 28 червня 1996 року (із змінами станом на 01.01.2020). URL: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/254к/96-вр> (дата доступу: 25.01.2022).

4. Про захист персональних даних: Закон України від 01 червня 2010 року № 2297-VI (в редакції від 01.01.2022). URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2297-17> (дата звернення: 08.01.2022).

5. Про попередження загроз інформаційній безпеці та цифрову грамотність : лист Департаменту персоналу МВС України від 04 червня 2021 № 24719/22-2021.

6. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2017 року «Про застосування персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)» : Указ Президента України від 15 травня 2017 р. № 133/2017. URL: <http://www.president.gov.ua/documents/1332017-21850> (дата звернення: 14.01.2022).



7. Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 14 травня 2020 р. «Про застосування, скасування і внесення змін до персональних спеціальних економічних та інших обмежувальних заходів (санкцій)»: Указ Президента України від 14 травня 2020 р. № 184. URL: <https://www.president.gov.ua/documents/1842020-33629> (дата звернення: 14.01.2022).



**Звірко А.О.,**

студентка 3-го курсу кафедри фінансів
Науковий керівник – **Бегун С.І.**, к.е.н, доцент,
доцент кафедри економіки та природокористування
Волинський національний університет імені Лесі Українки

ЗАСТОСУВАННЯ КОРЕЛЯЦІЙНО-РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ В ДОСЛІДЖЕННІ ЗАЛЕЖНОСТІ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ ВІД КАПІТАЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНІ

Розвиток національної економіки залежить від рівня забезпеченості її трудовими ресурсами. Підвищення рівня безробіття призводить до зменшення економічного потенціалу кожної держави. По-перше, через таку ситуацію країна недоотримує значну частину валового внутрішнього продукту, по-друге, безробіття призводить до фінансових витрат уряду на утримання таких осіб. Ще однією проблемою залишаються негативні соціальні настрої населення. Особи, які не працюють, більше схильні до кримінальної діяльності через незадоволення рівнем свого життя. Наявні проблеми пояснюють необхідність розгляду цієї проблематики, а також необхідність оцінки чинників впливу на цей процес.

Безробіття – це соціально-економічне явище, за якого частина працездатного населення не може знайти роботу [1]. Здебільшого така ситуація виникає внаслідок переважання пропозиції робочої сили над її попитом. Безробіття це макроекономічний показник, який призводить до зменшення ВВП, сукупної пропозиції, а також сукупного попиту через неспроможність громадян задовільнити свої потреби. Варто зазначити, що не кожна непрацююча людина є безробітною. Діти, люди пенсійного віку та інваліди не відносяться до цієї категорії.

Існують позитивні та негативні наслідки безробіття в Україні. До позитивних можна віднести: наявність конкуренції між працівниками, що призводить до вищої продуктивності праці; стимулювання населення до підвищення рівня освіти; наявність на робочих місцях компетентних працівників тощо. До негативних належать: низький рівень життя громадян, падіння ВВП, зменшення податкових надходжень до бюджету, зменшення розміру пенсійних внесків, зростання витрат держави на допомогу по безробіттю, криміналізація суспільства, збільшення частки бідного населення тощо.

Для мінімізації негативних наслідків потрібно дослідити зв'язок між безробіттям та факторами впливу на нього. Таким чином, у цій роботі ми використали кореляційно-регресійний аналіз, який відображає залежність безробіття від обсягу капітальних інвестицій. У табл. 1 наведені дані для проведення дослідження.

Із таблиці 1 можна вирахувати коефіцієнт кореляції Пірсона. Алгоритм розрахунків цього показника буде наступний:

1. визначаємо середнє арифметичне значення x та y ;
2. розраховуємо відхилення значень x та y від їх середнього;



3. знаходимо добуток відхилень, їх квадрат та суму;

4. підставляємо значення у формулу для визначення коефіцієнта кореляції

Пірсона:

$$r_{xy} = \frac{\sum(d_x d_y)}{\sqrt{\sum d_x^2 \sum d_y^2}}$$

Таблиця 1

Динаміка чисельності безробітних та обсягів капітальних інвестицій в Україні протягом 2016-2020 рр.

Роки	Чисельність безробітних (за методологією МОП), млн. осіб (y)	Обсяг капітальних інвестицій, млн. грн (x)
2016	1,7	281667,9
2017	1,7	359159,8
2018	1,6	471115,6
2019	1,5	524474,1
2020	1,7	398478,1

Джерело: побудовано авторами на основі даних [2]

Таким чином розрахункова таблиця буде набувати такого вигляду:

Таблиця 2

Розрахункова таблиця

№	x	y	d _x	d _y	d _x *d _y	d _x ²	d _y ²
1	359216,89	1,68	-144503,188	0,058	-8381,18	20881171342	0,003364
2	448461,81	1,69	-55258,268	0,068	-3757,56	3053476182	0,004624
3	578726,54	1,58	75006,462	-0,042	-3150,27	5625969342	0,001764
4	623978,07	1,49	120257,992	-0,132	-15874,1	14461984640	0,017424
5	508217,08	1,67	4497,002	0,048	215,8561	20223026,99	0,002304
Σ	2518600,39	8,11	-	-	-30947,2	44042824533	0,02948
Серед. знач.	503720,078	1,622	-	-	-	-	-

Джерело: розраховано автором на основі даних із табл. 1

Використавши дані із табл. 2., формула для визначення коефіцієнта кореляції Пірсона буде набувати такого вигляду:

$$r_{xy} = \frac{-30947,2}{\sqrt{1298382467}}$$

Отже, коефіцієнт кореляції дорівнює -0,86. Таке значення свідчить про тісний та обернений взаємозв'язок між досліджуваними зміними.

Крім цього, коефіцієнт еластичності між показниками дорівнює -0,22, що показує наступну залежність: при збільшенні обсягів капітальних інвестицій на 1 % кількість безробітних зменшиться на 0,22 %.

Отже, необхідною умовою ефективного функціонування економіки є розробка економічних прогнозів, що пов'язано із невизначеністю світової та національної економічної системи. Проблема безробіття викликає необхідність пошуку способів мінімізації цього явища. Використання кореляційно-



регресійного аналізу допомагає визначити математичну залежність між досліджуваними об'єктами та описати зв'язки між ними. Таким чином економетричні моделі щораз ширше використовуються науковцями для дослідження різноманітних економічних явищ та процесів.

Список використаних джерел

1. Методологічні положення щодо класифікації та аналізу економічної активності населення. *Офіційний сайт Державної служби статистики України:* веб-сайт. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/metod_doc/2011/12/metod.htm (дата звернення 22.02.2022 р.)

2. Капітальні інвестиції. *Офіційний сайт Державної служби статистики України:* веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 23.02.2022 р.)

3. Ринок праці. *Офіційний сайт Державної служби статистики України:* веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 23.02.2022 р.)





Калінін О.С., здобувач вищої освіти
спеціальності 051 «Економіка»

Науковий керівник - **Татарченко О.М.**, к.е.н.,

доцент кафедри економіки, маркетингу та підприємництва
навчально-науковий інститут економіки та бізнесу

ДЗ «Луганський національний університет імені Тараса Шевченка»

ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЇ БЛОКЧЕЙН В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Протягом останніх 15 років відбувся стрімкий розвиток сфери цифрових технологій, але блокчейн-технологія для більшості громадян України залишається невідомою. Криптовалюта біткоїн проклала значний шлях розвитку та впровадження даної технології у різні сфери економіки. Започаткувала принципово нову еру Інтернету: децентралізовану, високошвидкісну та значно дешевшу.

Актуальність проблеми впровадження технології блокчейн в національну економіку наразі займає пріоритетне місце в процесі цифровізації національного господарства. У зв'язку з цим, виникає потреба у розгляді та виявленні основних перешкод і перспектив розвитку даного напрямку.

Метою дослідження є узагальнення і систематизація проблем та перспектив впровадження технології блокчейн в національну економіку.

Серед наукових напрацювань слід виділити доробок таких вчених як М.Мамуренко, О.Жмай, О.Бречко, Т.Желюк, Ю.Котляров, які зробили найвагомий внесок у вивчення цього питання.

Блокчейн — це система децентралізованого публічного реєстру, заснована на криптографічних алгоритмах, яка має записи про всі проведені раніше операції. [4]

На базі мережі блокчейн функціонують криптовалюти — це цифрові платіжні системи, які не використовують банки для перевірки транзакцій. Це однорангові системи, які дозволяють будь-якій людині в будь-якому місці відправляти та отримувати платежі.

Саме через те, що сучасна фінансова та банківська система не користується довірою у споживачів, криптовалюта посіла значне місце в економіці багатьох країн світу.

У блокчейна є явні недоліки, особливо в плані масового впровадження технології як у світі, так і в Україні. Для її використання фінансові установи повинні відмовитися від своїх поточних мереж і почати все заново. Спроба інтегрувати технологію блокчейн в сучасну платіжну мережу може виявитися настільки складною, що ніхто навіть не буде намагатися піти цим шляхом. [4]

Проте є ряд проблем з якими уряд може зіткнутися при використанні блокчейн-технології.

По-перше, в країнах СНГ ця технологія новітня, для більшості громадян у яких менталітет відрізняється від менталітету європейської людини, блокчейн — невідоме явище. Тому перш за все громадян треба ознайомити з даною



технологією, розкрити сутність самої технології та її переваги в даній сфері.

По-друге, треба навчити спеціалістів користуватися цією технологією та організувати ряд необхідних умов для роботи.

По-третє, потрібні вкладення у розробку нормативно-правової бази щодо використання блокчейну, щоб технологія була належного рівня.

Стратегія розвитку цифрової економіки України включає у себе п'ять програм, які створюють передумови для впровадження блокчейн-індустрії в економіку країни. Їх реалізація дозволить створити умови для розвитку в Україні високих технологій та інновацій, скоротити технологічний розрив між Україною та розвиненими країнами. [3]

Світові тенденції застосування технології блокчейну корелюються з українськими. Використання блокчейну дає змогу в одних випадках скоротити вартість транзакцій, в інших — збільшити прозорість та довіру до системи, а також скоротити витрати на її підтримання.

Перспективними напрямками впровадження блокчейн-технології у різних сферах України можуть стати:

- державне управління: перевести на блокчейн-платформу всі державні дані в електронному вигляді, а також всі державні послуги;
- охорона здоров'я: утворення єдиного реєстру карт пацієнтів, а також відстеження логістики медикаментів;
- вища освіта: більш надійне зберігання сертифікатів і дипломів на основі технології блокчейну;
- аграрний сектор: ведення реєстру ідентифікації тварин;
- бібліотеки та архіви: це надасть можливість об'єднати всю інформацію у електронну форму;
- зберігання прав власності;
- фіскальна служба – створення єдиної бази обліку платників податків;
- соціальні служби – створення єдиної бази осіб, які потребують соціальної (сторонньої) допомоги;
- банки – створення єдиної клієнтської бази;

У розвитку блокчейн-технології та її широкому впровадженні в економічних сферах країн очікуються великі перспективи та не менші ризики.

Основною перевагою для сучасних розвинених країн світу є те, що вони вже давно проводять правову політику з приводу використання та регулювання віртуальних активів: криптовалюти та блокчейн-систем. Завдяки вчасному усвідомленню осучаснення технологій провідні держави не допустили розвиток тіншової економіки в галузі крипто-індустрії.[2]

Отже, блокчейн — новітня технологія, застосування якої створить умови для зростання рівня економіки України. Однозначно майбутнє за розвитком блокчейну, цифрових та інформаційних технологій. Надалі будуть розвиватися цифрові технології, завдяки яким громадяни країни перейдуть на новий етап розвитку та життя.



Список використаних джерел:

1. Блокчейн. URL: <https://www.it.ua/knowledge-base/technology-innovation/blockchain>
2. Не боятися коливань. Українці посіли перше місце у світі з володіння криптовалютою. URL: https://biz.nv.ua/ukr/finance/skilki-ukrajinciv-volodiyut-kriptovalyutoyunovini-ukrajini-50186918.html?utm_content=set_lang
3. Министерство Юстиции Украины на пороге внедрения технологии блокчейн. URL: <http://www.embassyofbitcoin.com>.
4. Розвиток блокчейн-технологій в Україні та світі. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/19_ukr/40.pdf





Караханов Д. А., Назарук А. Б.,

здобувачі вищої освіти СВО бакалавр
ОПП Середня освіта. Математика

Болібрух Н. А., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП Комп'ютерні науки та інформаційні технології

Науковий керівник – **Кальчук І. В.,** к. ф.-м. н.,

доцент кафедри теорії функцій та методики навчання математики.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ВИКОРИСТАННЯ МАТЕМАТИКИ В ЕКОНОМІЧНИХ МОДЕЛЯХ

Економіка – це не математика. У цьому курсі немає важливого поняття, яке неможливо пояснити без математики. Тим не менш, математика є інструментом, який можна використовувати для ілюстрації економічних концепцій. Економісти використовують моделі як основний інструмент для отримання уявлень про економічні проблеми. Математика – це один із способів роботи з економічними моделями або маніпулювання ними.[2]

Існують інші способи представлення моделей, наприклад, текст або опис. Математика має певні переваги перед текстом. Вона дисциплінує ваше мислення, змушуючи вас точно вказувати, що ви маєте на увазі. Математичним моделям також бракує нюансів, які можна знайти в нарративних моделях. Справа в тому, що математика – це один інструмент, але це не єдиний інструмент і навіть не завжди найкращий інструмент, який можуть використовувати економісти. Щоб працювати з економічними моделями вам потрібні будуть такі знання з математики:[1]

- Що таке функція;
- Як інтерпретувати рівняння прямої (тобто нахил і відрізок);
- Як маніпулювати лінією (тобто змінити нахил або переріз) Як обчислити та інтерпретувати швидкість зростання (тобто зміна у відсотках);
- Як читати графік і керувати ним.

Часто економічні моделі виражаються через математичні функції. Функція описує відносини. Іноді відносини є визначенням. Наприклад, ваш професор Адам Сміт. Це можна виразити як професор = Адам Сміт. Або Друзі = Боб + Шон + Маргарет. Часто в економіці функції описують причину і наслідок. Змінна в лівій частині – це те, що пояснюється («ефект»). З правого боку знаходиться те, що робить пояснення («причини»). Більшість залежностей, які ми використовуємо, виражаються у вигляді лінійних рівнянь виду:
 $y = b + mx$. [2]

Графіки корисні для двох цілей. Перший – для візуального вираження рівнянь, а другий – для відображення статистичних даних. Для математика чи економіста змінна – це назва величини, яка може приймати діапазон значень. У рівнянні лінії, представленої вище, x і y є змінними, причому x на горизонтальній осі і y на вертикальній осі, а b і m представляють фактори, які визначають форму лінії. [1]

Концепція нахилу дуже корисна в економіці, оскільки вона вимірює



зв'язок між двома змінними. Позитивний нахил означає, що дві змінні позитивно пов'язані; тобто, коли x збільшується, збільшується і y , або коли x зменшується, y також зменшується. Графічно позитивний нахил означає, що в міру того, як лінія на лінійному графіку рухається зліва направо, лінія піднімається. Від'ємний нахил означає, що дві змінні негативно пов'язані; тобто, коли x зростає, y зменшується, або коли x зменшується, y збільшується. Графічно негативний нахил означає, що, коли лінія на лінійному графіку рухається зліва направо, лінія спадає. Нахил, рівний нулю, означає, що між x і y немає зв'язку. Графічно лінія плоска; тобто нульовий підйом за пробіг.[1]

Темпи зростання часто зустрічаються в реальній світовій економіці. Темп зростання – це просто відсоткова зміна певної величини. Це може бути ваш дохід. Це можуть бути продажі бізнесу. Це може бути ВВП країни. Формула для обчислення швидкості темпу зростання проста: [1]

$$\text{Темп зростання} = \frac{\text{Дані на кінець періоду}}{\text{Дані на початок періоду}}$$

Графіки також використовуються для відображення даних або доказів. Графіки – це метод представлення числових моделей. Вони ущільнюють детальну числову інформацію у візуальну форму, в якій легше можна побачити взаємозв'язки та числові моделі. У економіці використовують три основні види графіків: [2]

- Лінійні графіки - показують зв'язок між двома змінними: однією виміряною на горизонтальній осі, а іншою - вертикальною;
- Секторна діаграма (іноді її називають круговою діаграмою) використовується для того, щоб показати, як загальна сума поділяється на частини;
- Гістограма використовує висоту різних стовпчиків для порівняння величин.

Математика є інструментом для розуміння економіки, а економічні відносини можна виразити математично за допомогою алгебри або графіків. Економічні моделі можна розв'язувати алгебраїчно або графічно. Графіки дозволяють наочно проілюструвати дані. Вони можуть ілюструвати закономірності, порівняння, тенденції та розподіл, ущільнюючи числові дані та забезпечуючи інтуїтивне відчуття взаємозв'язків у даних.

Список використаних джерел:

1. Благун І.С. Математичні методи в економіці. 2014. 264 с.
2. Пономаренко О. І., Перестюк М. О. Основи математичної економіки. 1995. 320 с.





Крамський Д.Ю., к.е.н., доцент,
Назаренко С.М., аспірант
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Для оцінювання ефективності інформаційного аутсорсингу використовуються різного роду методичні підходи [1-5]. Тому доцільно визначити конкретні показники ефективності застосування аутсорсингу інформаційних технологій, які фахівці підприємства повинні розрахувати для її оцінки. На наш погляд, при оцінці ефективності аутсорсингу інформаційних технологій підприємству слід бере до уваги і кількісні і якісні показники. Виходячи з цього, важливим є розрахунок потенційного економічного ефекту від впровадження аутсорсингу. У міжнародній практиці сформувалося декілька підходів до оцінки ефективності аутсорсингу. Застосування кожного з методів залежить від наявних ресурсів на підприємстві.

Найбільш популярними є бюджетний та проектний підходи [2, 3]. Бюджетний підхід застосовується найчастіше для оцінки проектів з впровадження ІТ-технологій у компанію. За формою він є таблицею складеного ІТ-портфеля підприємства. У ньому містяться повні описи бізнес процесів підприємства, а також певні настанови з оптимізації коштів. Згідно з сучасною фінансовою теорією існує чотири способи підрахунку ефективності певного проекту для компанії: повернення інвестицій, термін окупності, чистий прибуток проекту, внутрішня рентабельність.

Для розрахунку чистої теперішньої вартості (*NPV*) або внутрішньої рентабельності потрібно вести облік багатьох параметрів (вартість капіталу, податковий ефект, залишкова вартість), які часто складно отримати на підприємстві.

В самому загальному випадку рекомендуємо для використання загальновідому формулу розрахунку економічної ефективності [1].

$$E_{aym} = (\sum B_{ep}) / (\sum B_{aym}),$$

де E_{aym} - ефективність аутсорсингу; E_{ep} - сума витрат на виконання функцій інформаційних технологій за допомогою внутрішніх ресурсів; B_{aym} - сума витрат на виконання функцій інформаційних технологій за допомогою аутсорсингу.

Якщо ефективність аутсорсингу $E_{aym} > 1$, то економічний ефект позитивний, його варто впроваджувати. Якщо ефективність $E_{aym} < 1$, то ефект негативний, а отже, віддавати частину функцій на аутсорсинг є економічно не виправдано. Даний підхід до оцінки ефективності є базовим, допомагає тим самим на логічному рівні визначити ефект від впровадження. За необхідністю можна провести подальші детальні розрахунки *NPV*, внутрішньої норми



доходності (*ROI*) та ін.

Таким чином, від впровадження аутсорсингу очікується економія ресурсів, відповідне зменшення витрат та, що, на нашу думку, є найбільш важливим, підвищення рівня якості інформаційного забезпечення підприємства. Для економічного оцінювання і отримання більш обґрунтованих оцінок аутсорсингових послуг необхідно використовувати інформацію, яка відтворює досвід практичного використання рекомендованого методу дослідження ефективності на протязі певного періоду часу. Перед тим, як провести впровадження інформаційного аутсорсингу на промисловому підприємстві топ-менеджменту слід здійснити ретельний аналіз економічної ефективності та оцінку ризиків. Для спрощення цих процедур можна залучити до співпраці незалежних консультантів з аутсорсингу бізнес-процесів. Застосування практичного досвіду управління аутсорсингом підвищить ймовірність його успішної реалізації і, як наслідок, виведе підприємство на новий рівень конкурентоспроможності в умовах глобальної економіки. Отже, впровадження аутсорсингу інформаційних технологій є складним та комплексним процесом, для успішного виконання якого необхідно проводити ретельний аналіз ризиків, оцінку економічної ефективності, контроль та правильно вибрати методику його реалізації.

Необхідно зазначити, що розвиток управлінських та інформаційних технологій останніми десятиріччями привів до появи усе більш масштабних і дорогих корпоративних інформаційних систем, що вимагають особливих підходів до оцінки їх продуктивності та ефективності. Багато авторів, до яких відносять Р. Дж. Клеппер, Б. Квеку-Муата та ін. [4, 5], підвищення ефективності інформаційних систем пов'язують саме з комерційним використанням ІТ-аутсорсингу. Активний розвиток інформаційних технологій на підприємствах та в організаціях, поява в їх діяльності інноваційних технологій у сфері використання інформаційно-комунікаційних послуг нагально потребують подальшого удосконалення та розвитку нових методів прийняття управлінських рішень щодо економічного обґрунтування передачі деяких інформаційно-технологічних сервісів підприємства на аутсорсинг та вибору постачальників такого роду сервісів із за меж підприємства.

ІТ-аутсорсинг як система надання інформаційно-технологічних послуг організаціям іншими фірмами показує значний розвиток за останні десятиріччя, особливо надання можливості використовувати програмні додатки на умовах оренди (APS, Application Service Providing). Зростання ролі інформаційних систем, з одного боку, та збільшення витрат на них – з іншого, потребують розроблення нових підходів до підвищення їх ефективності. Розглядаючи варіанти ІТ-аутсорсингу стосовно використання складних інформаційних систем, неможливо обійти такі їх різновиди, як хмарні технології. У сучасному розумінні вони являють собою засоби обробки даних через Інтернет. Серед них, як правило, розрізняють: надання послуг використання програмного забезпечення (Software-as-aService, SaaS), надання



можливості використання програмно-технічної платформи (Platform-as-a-Service, PaaS), надання послуг використання інфраструктури, що реалізується зазвичай як оренда віртуальних серверів (Infrastructure-as-a-Service, IaaS) [1, 2].

Також активно розвивається останніми роками хмарні сервіси, які дозволяють використовувати на умовах оренди корпоративні додатки. При цьому ефект досягається як за рахунок економії матеріальних витрат на утримання власних серверів, ліцензування програмних додатків, заробітної плати ІТ-персоналу, так і за рахунок переваг, що виникають при більшій мобільності корпоративних додатків, а також більш високого ступеня інтегрованості їх у системи електронної комерції.

Методика вибору сервісів для передачі на аутсорсинг, на нашу думку, супроводжується виконанням системної процедури багатокритеріального економічного оцінювання з метою вибору постачальника (аутсорсера) інформаційних послуг, які повинні враховувати не тільки критерії інформаційних витрат, але і забезпечувати відповідну якість інформаційних послуг, яка забезпечується гнучкістю інформаційних сервісів, підтримкою аутсорсера, легкістю необхідних комунікацій з обраним постачальником ІТ-послуг, сумісністю інформаційних технологій та інші важливі критерії, що можуть бути оцінені експертами до початку процесу співробітництва.

Список використаних джерел:

1. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С. 18-29.
2. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Дослідження методів визначення ефективності ІТ-аутсорсингу. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. № 2. С. 73-83.
3. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
4. ТОВАЖНЯНСКИЙ В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник НТУ «ХПИ»* : сб. науч. тр. Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. №36-1. С. 12-22.
5. Tkachova, N.P, Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149.





Макарчук А. В., здобувач вищої освіти

СВО магістр ОПП Математика,

Болібрух Н. А., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП Комп'ютерні науки та Інформаційні технології,

Назарук А. Б., здобувач вищої освіти

СВО бакалавр ОПП Математика Освіта,

Науковий керівник – **Харкевич Ю. І.**, к. ф.-м. н.,

професор кафедри теорії функцій та методики навчання математики,

Волинський національний університет ім. Лесі Українки

ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРПОЛЯЦІЙНИХ ПОЛІНОМІВ НА ОСНОВІ РЯДІВ ФУР'Є ПРИ ОБЛІКУ ВИТРАТ

В наш час спостерігається активний розвиток малого та середнього бізнесу, які з самого моменту створення залежать від різних математичних розрахунків, що, в свою чергу, спираються на певні математичні моделі чи поняття. Одним із ключових аспектів, що вимагають даного інструментарію, є облік [1, с. 841], зокрема, облік витрат.

Облік витрат є досить важливим аспектом у функціонуванні будь-якого підприємства. Він залежить від багатьох аспектів, таких як галузеві особливості цього підприємства чи періодичність випуску продукції, та вирішує ряд важливих завдань [1, с. 841].

Одним з найважливіших питань, які вирішуються при веденні обліку, є питання, пов'язані з фінансовими операціями. Так, часто постають задачі, пов'язані з оцінкою затрат або прибутку в проміжку між запланованими замірами. Математично такі задачі, як правило, перегукуються з методами наближення, в тому числі, і з інтерполяцією.

Під інтерполяцією розуміють метод наближення, який передбачає виконання наступної умови:

$$P_n(x_i) = f(x_i) = y_i, \forall i = \overline{1, n}$$

де $f(x)$ – це досліджувана залежність, $P_n(x)$ – інтерполяційний поліном, що використовується для наближення.

Інтерполяційні поліноми бувають різні. Класичним класом інтерполяційних поліномів є степеневі інтерполяційні поліноми, наприклад, поліноми Лагранжа та Ньютона, однак, інтерполяційні поліноми даного виду не завжди придатні для дослідження періодичних явищ, які в малому бізнесі можуть мати ключовий характер. В таких ситуаціях зазвичай використовують тригонометричні та подібні їм інтерполяційні поліноми.

Сучасні інтерполяційні поліноми, зазвичай, будуються на основі рядів Фур'є. Деякі з них були описані в [2-5]. Розглянемо інтерполяційний поліном виду

$$P_n(x) = \frac{1 - r^2}{2\pi} \sum_{k=1}^n \frac{y_k}{1 - 2r \cos(x - x_k) + r^2}$$

Дані інтерполяційні поліноми можуть давати досить якісне наближення



[2] і, відповідно, краще підходять для дослідження фінансових операцій періодичного характеру. Аналогічно до даного інтерполяційного поліному можна отримати багато подібних [3-5].

Інтерполяційні поліноми, побудовані на основі рядів Фур'є, мають ряд особливостей, які роблять їх кращими в багатьох задачах теорії наближення. До таких властивостей можна віднести відносно мала кількість обчислень в порівнянні з деякими класичними інтерполяційними поліномами, зручність у використанні та якість наближення, за рахунок чого їх використання при дослідженні періодичних процесів в житті бізнесу, особливо, дрібного середнього має досить високу практичну цінність.

Список використаних джерел:

1. Кравченко О. В., Леоненко К. О. Проблеми організації обліку витрат виробництва. *Бухгалтерський облік, аналіз та аудит*. 2018. № 25. С. 841–846.

2. A. Makarchuk, I. Kal'chuk, Y. Kharkevych And A. Yakovleva, "The Usage of Interpolation Polynomials in the Studying of Data Transmission in Networks," 2020 IEEE 2nd International Conference on System Analysis & Intelligent Computing (SAIC), Kyiv, Ukraine. 2020, pp. 1–4.

3. A. Makarchuk, I. Kal'chuk, Y. Kharkevych, T. Voloshyna, "Usage of Fourier transformation in theoretical studying of signals in data transmission," 2020 IEEE 2nd International Conference on Advanced Trends in Information Theory (IEEE ATIT 2020), Kyiv, Ukraine, pp. 192–195.

4. A. Makarchuk, I. Kal'chuk, Y. Kharkevych and S. Salnikova, "Biharmonic Equations Integrals Application Features at Signals Restoration by Means of Interpolation Polynomials," 2021 IEEE 3rd International Conference on Advanced Trends in Information Theory (ATIT), 2021, pp. 84-87.

5. V. Sobchuk, I. Kal'chuk, G. Kharkevych, O. Laptiev, Y. Kharkevych and A. Makarchuk, "Solving the Problem of Convergence of the Results of Analog Signals Conversion in the Process of Aircraft Control," 2021 IEEE 6th International Conference on Actual Problems of Unmanned Aerial Vehicles Development (APUAVD), 2021, pp. 29-32.





ЕФЕКТИВНІСТЬ ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ ТА МОДЕЛЕЙ ПРОГНОЗУВАННЯ У ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентне середовище функціонування підприємств будь якої сфери, необхідність підвищення рівня керованості економічних процесів у діяльності господарюючих суб'єктів, зумовлюють необхідність до обґрунтованості прийняття управлінських рішень щодо їх діяльності. Одним з основних інструментів при цьому виступає прогнозування, як важливий компонент формування інформаційного підґрунтя та базису для планування діяльності підприємств. Від здатності господарюючого суб'єкта передбачати майбутні перспективи розвитку, стан середовища, потенційні можливості та загрози залежить ефективність його діяльності, зокрема здатність до виживання у конкурентній боротьбі [4]. Прогнозування може бути закладене у стратегії підприємства, яка інтегрує багато конкурентоспроможних дій та підходів до бізнесу, від яких залежить успішність діяльності.

Необхідною умовою ефективності будь-якої діяльності в майбутньому є її завчасне передбачення. Це сприяє виявленню позитивних та негативних змін на бізнес і відповідно врахування їх у стратегії підприємства. Для розуміння основ передбачення виникає потреба побудови комплексу теоретичних основ наукового передбачення, що проявляється в трьох взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих формах, які залежать від ступеня визначеності та достовірності: гіпотеза (загальнонаукове передбачення), прогноз та план [3].

Одним з ефективних інструментів передбачення роботи підприємства є застосування економіко-математичних методів і моделей. Ці методи надають можливість прогнозувати економічні й фінансові показники підприємства, моделювати виробничу та інвестиційну діяльність, оптимізувати систему управління [2].

Прогнозування є одним із шляхів передбачення майбутнього. Передбачення надає можливість зробити висновки про майбутні події на основі наявної інформації та поділяється на: раціональне; ірраціональне.

Прогнозування - це складне завдання, а для отримання результатів прогнозу необхідно здійснити певні кроки. На рис. 1 подаються основні етапи процесу прогнозування, де стрілки вказують на зв'язок між різними завданнями. У випадку, якщо отримані результати на певному етапі є неприйнятними, то потрібно повернутись до попередніх етапів і намагатись вирішити проблему.

Важливим показником при побудові прогнозу в агробізнесі є ефективність прогнозування, що передбачає перевірку кількості і питомої ваги виправданих прогнозів або ступеня відхилення прогнозу від фактичних характеристик. У дослідженні підприємств аграрної сфери необхідно постійно перевіряти достовірність прогнозу розвитку агробізнесу, тобто верифікувати



прогнози. Правильність прогнозної моделі перевіряється складанням прогнозу розвитку агробізнесу на вже минулий період і порівнянням його з раніше отриманими або фактичними даними.

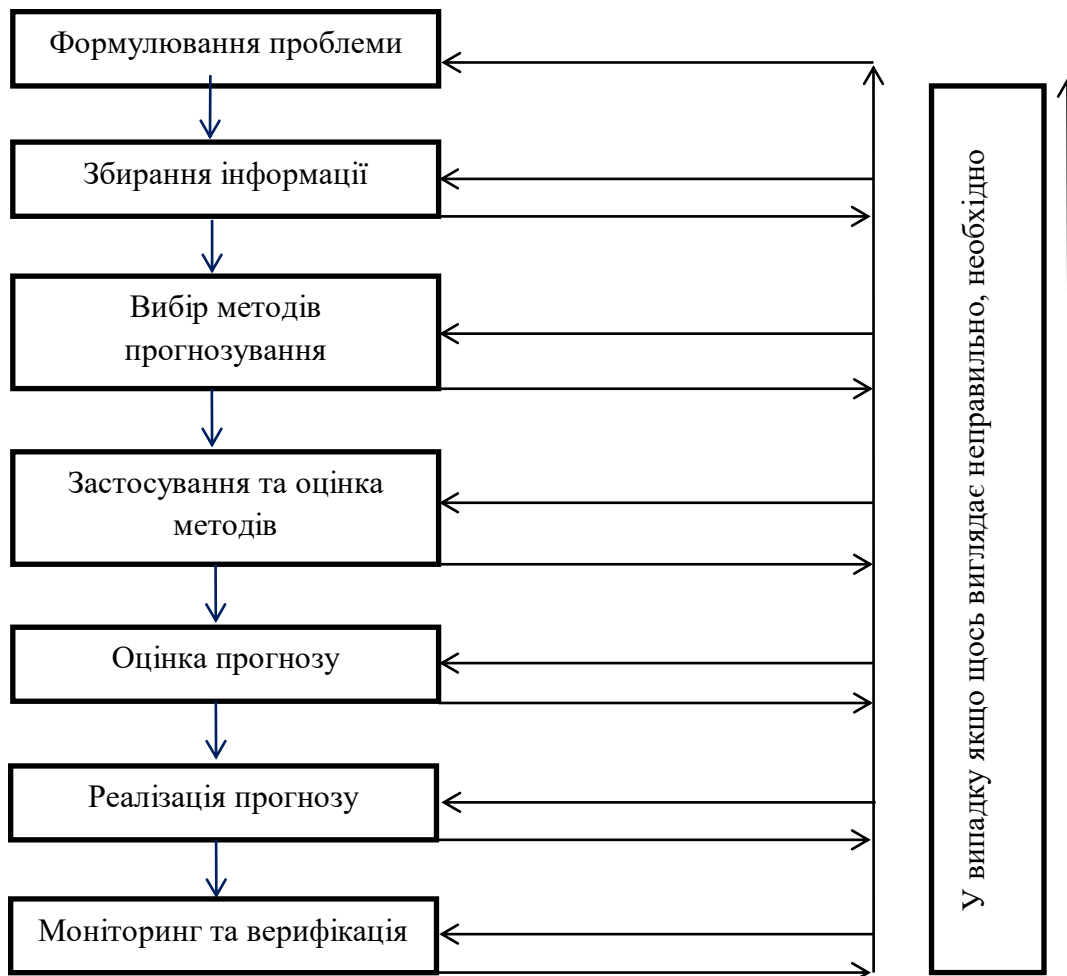


Рис. 1. Етапи прогнозування [1]

Прогнози класифікують за використанням, часовим проміжком, способом отримання результатів та іншими критеріями.

Прогнози класифікують за використанням результатів прогнозування через наступні функції:

- інформативна (показати як саме виглядатиме майбутнє);
- прийняття рішень (для цілей планування);
- активуюча (спонукання діяти або протистояти прогнозу).

За часовим проміжком класифікується здійснюється за періодом, який охоплюється прогнозом:

- короткострокові прогнози – від 1 дня до 1 року, короткостроковий контроль, наприклад зайнятості, покупок, планування;
- середньострокові прогнози – від 1 сезону до 2 років, наприклад операційний бюджет, графік виробництва, продажів;
- довгострокові прогнози – від 2 до 5 років, наприклад розширене планування (загальна політика, дослідження і розвиток).



При цьому отримані результати прогнозування поділяють на такі види:

- кількісні (наприклад, ціна на пшеницю наступного тижня буде на рівні 10 тис. грн. за 1 тону);
- якісні (передбачення напрямку змін є достатнім, наприклад, ціни на пшеницю наступного тижня будуть вищими, ніж поточного).

На основі отриманих результатів прогнозування підприємство повинно визначити конкретні завдання для досягнення поставлених цілей, зокрема розробити певну програму дій з розподілом за періодами часу і конкретизацією за підрозділами й виконавцями, тобто вдатися до реалізації основної функції управління - планування. При цьому стратегія розвитку підприємства має перетворюватись у конкретні дії підприємства шляхом розробки планів, які визначають конкретну мету і передбачають детальні події подальшого розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Namulczuk M., Grudkowska S., Klimkowski C., Stanko S. (2013). Essential econometric methods of forecasting agricultural commodity prices. *Institute of Agricultural and food economics, National Research institute*, № 90.1, 182.
2. Макаруч О.Г. Стратегічний аналіз діяльності сільськогосподарських підприємств: монографія. К.: «Аграр Медіа Груп», 2012. 208 с.
3. Росохата А.С. Аналіз теоретичних основ наукового прогнозування на засадах маркетингу. URL https://mmi.fem.sumdu.edu.ua/sites/default/files/mmi2012_2_99_111.pdf
4. Субіна В.Ю., Гурська Л.Л. Прогнозування розвитку агрохолдингів в Україні. *Аналітико-прогностична оцінка розвитку підприємств аграрного сектору в умовах міжнародної інтеграції: збірник тез доповідей I Всеукраїнської студентської науково-практичної інтернет-конференції (10 вересня 2020 р.)*. К.: НУБіП України, 2020. С. 79-82.





Назаренко С.М., аспірант
Крамський Д.Ю., к.е.н., доцент,
Перерва П.Г., д.е.н., професор,
завідувач кафедри економіки бізнесу,
Національний технічний університет «ХПІ»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ АУТСОРСИНГУ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Аутсорсинг інформаційних технологій включає передачу іншому підприємству окремих інформаційних технологій, які не є для даного підприємства основними, склад яких постійно змінюється за асортиментом, обсягом, структурою. З їх числа на аутсорсинг можуть бути передані управління персоналом, бухгалтерський облік, маркетинг, реклама, логістика. Аутсорсинг бізнес-процесів є динамічним видом, причому найбільше зростання проявляється в сфері фінансів та бухгалтерського обліку

Проведене дослідження існуючих визначень ІТ-аутсорсингу дозволяє зробити висновок про те, що в цей час немає єдиного, усталеного визначення, яке знайшло підтримку в більшості науковців та дослідників.

На наш погляд, ІТ-аутсорсер частіше всього є постачальником послуг та робіт високої якості, як зазвичай є стандартизовані. Стандартизованість послуг дозволяє ІТ-аутсорсеру домогтися зниження витрат на їх створення та надання потенційним замовникам. Наявність цього фактору дозволяє ІТ-аутсорсеру вести, по-перше, ефективну конкурентну політику по відношенню до своїх конкурентів; по-друге, підвищувати привабливість своїх послуг для потенційних споживачів за рахунок більшої ефективності отримання споживачами їх послуг ІТ-аутсорсингу.

Але з іншого боку стандартизований набір послуг аутсорсера має і негативні сторони, так як ігнорує інноваційні стратегії в діяльності аутсорсингового підприємства. Завдання аутсорсера може складатися лише в адаптації стандартизованої послуги до потреб і стратегії корпорації. Він спочатку може надавати лише ті послуги, до яких він завчасно готовий. Для розробки унікальних (інноваційних) послуг, що дозволяють вирішувати інноваційні проблеми бізнесу, необхідно створення знанієві структури аутсорсингового підприємства, які б активно взаємодіяли з науковими, проектними та інноваційними організаціями. Таким чином, завдання удосконалення сутність аутсорсингу, на нашу думку, полягає в подальшому розвитку теорії та методології аутсорсингу, а також зіставленні з іншими розвиненими формами інтеграції підприємницьких структур і визначенні напрямів зміцнення конкурентних переваг за рахунок розвитку людського, інтелектуального, соціального капіталів і їх подальшої трансформації в організаційний капітал аутсорсингового підприємства.

Нами пропонується до широкого вжитку наступне визначення цього поняття. *Аутсорсинг інформаційних технологій – це залучення підприємством на умовах довгострокової угоди інформаційних (виробничих) ресурсів інших підприємств з метою виконання непрофільних або*



неефективних для даного виробництва функцій (робіт, послуг).

Таке визначення дозволяє, по перше, виокремити основну задачу ІТ-аутсорсингу (залучення інформаційних (виробничих) ресурсів інших підприємств); по-друге, акцентує увагу на непрофільних для даного підприємства функціях (значно якісніше ці функції виконає ІТ-аутсорсер); по третє, визначає неефективні сфери діяльності підприємства (відсутність відповідних фахівців, важливий але невеликий за обсягом вид робіт та ін.).

Основний ефект ІТ-аутсорсингу досягається за рахунок того, що спеціалізоване підприємство забезпечує більш ефективне і якісне виконання переданих йому процесів або функцій. Незаперечною перевагою ІТ-аутсорсингу є відсутність об'ємних довгострокових інвестицій, що є надзвичайно важливим для поточного стану українських підприємств.

Аутсорсинг інформаційних технологій визначає, що підприємство віддає частину свого ланцюжка виробничих процесів або цілком весь цикл виробництва іншому підприємству. Крім того, можливий варіант продажу частини своїх підрозділів іншим підприємствам і подальшу взаємодію з ними вже в рамках аутсорсингу. Цей вид аутсорсингу дозволяє зосередитися на розробці нових товарів і послуг для забезпечення конкурентних переваг підприємства, а також збільшити гнучкість виробництва, оперативність його адаптації до мінливих ринкових умов.

Новою тенденцією в індустрії вважається аутсорсинг управління знаннями, це наступний крок вгору по ланцюжку створення вартості аутсорсингу []. Аутсорсинг управління знанням дозволяє підприємствам передавати стороннім організаціям різні завдання, які потребують високого рівня знань, незалежно від їх географічного розташування, і залучати експертні знання та навички, які повністю або частково відсутні на даному підприємстві. Цей вид аутсорсингу входить в сферу основної бізнес-діяльності, що дозволяє підприємствам бути конкурентоспроможними або бути невід'ємною частиною ланцюжка створення вартості підприємства. Наші дослідження показали, що визначення аутсорсингу управління знаннями продовжує еволюціонувати, так як наукові дослідження в даній області ще тільки починаються і немає достатньої дослідницької бази. Цей вид аутсорсингу вважається третім поколінням аутсорсингової революції: ІТ-аутсорсинг це перше покоління, друге покоління - це аутсорсинг бізнес-процесів. Перші країни, які стали надавати подібні послуги, це Індія, США, Філіппіни та ін. В Україні поки ще немає тривалого досвіду його застосування, але попит незмінно зростає.

Аутсорсинг інформаційних технологій (ІТ-аутсорсинг) - лідер нинішнього ринку послуг. ІТ-аутсорсинг - це практика найму ресурсів із іншої організації для обробки певних функцій інформаційних технологій. До найбільш часто використовуваних ІТ-послуг відносяться: передача спеціалізованому підприємству повністю або частково функцій, пов'язаних з інформаційними технологіями, тобто обслуговування мережевої інфраструктури; проектування і планування бізнес-систем з подальшим



постійним розвитком і супроводом; системна інтеграція; розміщення корпоративних баз даних на серверах спеціалізованих компаній; створення і підтримка публічних web-серверів; управління інформаційними системами; придбання в лізинг комп'ютерного обладнання; веб-розробка; хостинг; розробка програмного забезпечення і додатків; обслуговування або управління веб-сайтом; технічна підтримка інформаційних технологій; розробка та управління базами даних, зв'язок і інфраструктура та ін. Промислові підприємства часто здійснюють ІТ-аутсорсинг, тому що дешевше укласти контракт з третьою стороною, ніж купувати і підтримувати свої власні пристрої зберігання даних.

Передача розробки та підтримки інформаційних систем на аутсорсинг останнім часом хвилює все більше українських підприємств. Для переважної більшості підприємств є непрофільним активом, тому можливість передати їх в управління професійному зовнішньому партнеру і вивільнити ресурси для пріоритетних напрямків бізнесу виглядає досить привабливо.

Список використаних джерел:

1. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Методичний підхід до оцінювання ефективності використання ІТ-аутсорсингу. *Маркетинг і цифрові технології*. 2021. Т.5, №3. С. 18-29.
2. Назаренко С.М., Перерва П.Г. Дослідження методів визначення ефективності ІТ-аутсорсингу. *Вісник НТУ «ХПІ» (економічні науки)* : зб. наук. пр. Харків : НТУ «ХПІ», 2021. № 2. С. 73-83.
3. Kobieliava, T., Pererva, P., Tkachova, N., Tkachov, M., Diachenko, T. (2021) Management of relations with enterprise stakeholders on the basis of value approach. *Problems and Perspectives in Management*, 19(1), pp. 24-38. URL: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19\(1\).2021.03](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.19(1).2021.03)
4. Товажнянский В.Л., Перерва П.Г., Кобелева Т.А., Гладенко И.В. Мониторинг производственно-коммерческой деятельности промышленного предприятия // *Вестник НТУ «ХПИ»* : сб. науч. тр. Харьков: НТУ "ХПИ", 2009. №36-1. С. 12-22.
5. Tkachova, N.P., Pererva P.G., Kobieliava, T. O. Investigation of the role of venture companies in the early stages of the product life cycle // *Науковий вісник Полісся*. 2017. № 2 (10), ч. 2. С. 144-149. doi.org/10.25140/2410-9576-2017-2-2(10)-144-149





Назарук А. Б., Корецький В. С.,

здобувачі вищої освіти СВО бакалавр

Бондарчук О. Ю., здобувач вищої освіти

СВО магістр ОПП Середня освіта. Математика

Науковий керівник – **Харкевич Ю. І.,** к. ф-м. н.,

професор кафедри теорії функцій та методики навчання математики.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

ФІНАНСОВА МАТЕМАТИКА ТА ЇЇ ВАЖЛИВІСТЬ В БАНКІВСЬКІЙ СПРАВІ

Математика – це чистий предмет, який існує у своїй абстрактній сфері. Він неймовірно потужний, коли справа доходить до опису та аналізу ми стикаємось з прикладною математикою. Прикладна математика – це застосування математичних методів у різних областях, таких як фізика, інженерія, медицина, біологія, фінанси, бізнес, інформатика та промисловість. Таким чином, прикладна математика є поєднанням математичної науки та спеціалізованих знань.

Тому математичні фінанси – це галузь прикладної математики. Вона має дуже широкий спектр відповідних тем. Вивчаючи математичні фінанси в основному вивчають частину математики, яка лежить в основі всіх головних фінансових інструментів та цінних паперів – таких як акції, опціони, пут, облігації, іпотека, різна екзотика, тощо. Традиційно інвестиційні банки, комерційні банки, страхові компанії, та регулюючі органи застосовують методи фінансової математики до таких проблем, як оцінка похідних цінних паперів, створення та структурування портфоліо, кількість стратегії інвестування, управління ризиками та моделювання сценаріїв. Галузі, які покладаються на сировину (наприклад, енергія, виробництво), також використовують фінансову математику. [1]

Багато уваги приділяється математичному розумінню структури портфоліо, оскільки це дозволяє нам точно передбачити, скільки грошей ми могли б заробити або який ризик може бути і навіть як мінімізувати цей ризик, вибираючи правильні комбінації фінансових інструментів. Існує ще два курси фінансової математики, які називаються фінанси дискретного часу та безперервне фінансування часу, вони були розроблені, щоб ґрунтуватися на те, що було вивчено раніше. Вивчення математичних фінансів дає вам значну перевагу, якщо ви вирішите увійти в сферу фінансів і почати торгувати. Дуже багато людей, які не розуміють математики, стоять за своєю торгівлею. Таким чином, їхні вагомні здогади, як правило, менш обґрунтовані, ніж вони могли б бути. [2]

Математика – основа фінансів. Для будь-яких розрахунків, таких як аналіз співвідношення, фінансовий бюджет, грошовий бюджет, ви повинні знати системну формулу. Без належних знань математики це неможливо.

Математика є ключовою наукою у фінансах з багатьох причин.

Ціноутворення цінних паперів.

Уявіть собі, що ви хочете встановити ціну на облігацію, яка сплачує 5% і



має термін погашення 13 років (і повертає вам ваш капітал у розмірі 100 в момент погашення), тоді як переважна відсоткова ставка для 13-річних інвестицій становить 6%. Вам потрібна формула для «дисконтування» грошового потоку. Існують контракти (наприклад, похідні інструменти), які мають ще більш складну структуру виплат.

Розрахунки кредитного ризику.

Розуміння рахунків компанії для кредитування такої компанії є певним чином важливим. Кожного разу, коли компанія подає заявку на отримання позики, є програмне забезпечення, яке обчислює ймовірність того, що ця компанія не виконає дефолт, і, за його умови, скільки очікується відшкодувати банку. Кожного разу, коли ви йдете до автосалону та отримуєте позику на свій автомобіль, є компанія, яка обчислює ваш кредитний рейтинг, використовуючи для цього теорію ймовірності. [3]

Загальна мова для опису транзакцій.

Коли ви отримуєте іпотеку з фіксованою ставкою на 20 років за ставкою 5% щорічно, виплати фіксованими та постійними частинами, ви описуєте вхідні дані за дуже конкретною формулою для обчислення платежів. Ця формула є тою самою за якою визначають ваш щомісячний внесок. [4]

Математика, на мій погляд, є рушійною силою критичного бізнес-мислення, створення вартості, ціноутворення та структурування рішень майже в будь-якому бізнесі. Математика більш очевидно проявляється у фінансах, але вона є основою сучасної економічної мови та граматики. Тож на загальному рівні дуже важливо вільно обчислювати мінімум під час роботи з фінансовою функцією. Але для побудови бізнесу та фінансових структур цього замало, необхідно ще мати математичний рівень компетентності в науках про прийняття рішень. Якщо ви думаєте про інструменти математики, як про квантові одиниці мислення, їхнє застосування в будь-якій галузі дослідження є надто очевидним і самоочевидним. Деякі люди від природи обдаровані математикою, інші легко сприймають її і досягають успіху. Я вважаю, що не обов'язково оволодіти математикою, щоб стати хорошим фінансистом, але якби ви були ним, ви б мали надзвичайну перевагу.

Список використаних джерел:

1. Четыркин Е.М. Финансовая математика. 2004.
2. Георгий Димитриади. Риски управления банком. 2019.
3. Панасенко О. В., Прокопович С. В. Фінансова математика. 2017.
4. Навіщо вам потрібна фінансова математика. URL: http://www.elitarium.ru/zachem_vam_finansovaja_matematika/





Ніколайчук Т.О., магістр правознавства,
Phd (Економіка), молодший науковий співробітник,
ДУ «Інститут ринку та економіко-екологічних досліджень»

ГОСПОДАРСЬКО-ЦИФРОВА ІНКЛЮЗІЯ, ЯК ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦТВОМ В УМОВАХ ГЕО-СОЦІАЛЬНИХ ОБМЕЖЕНЬ СПРИЧИНЕНИХ ВІРУСОМ SARS-CoV-2

Розвиток підприємницької діяльності в умовах гео-соціальних обмежень спричинених пандемією коронавірусної інфекції, викликаной вірусом SARS-CoV-2, повинен враховувати не тільки ступінь фінансово-організаційних побажань підприємців, але й соціально-економічні потреби населення, ринкові зміни, що сприяли внесенню суттєвих змін до організаційно-виробничих процесів.

Суб'єкти господарської діяльності мають переорієнтувати виробництво на забезпечення послуг у дуальному форматі: традиційним способом та у формі е – послуг, що забезпечать не тільки дотримання соціальної дистанції, але можуть стати альтернативним інструментом розвитку господарської діяльності в країні, формуванню міжгалузевих зв'язків, інструментом зниження корпоративного тиску на людський капітал, та, вектором мотивації до отримання позитивних економіко-трудоуних результатів у умовах збільшення динаміки безробіття.

В свою чергу диференціація е-продукту та послуг у форматі он-лайн забезпечує внутрішньосекторальний розподіл організаційно-економічних, трудових та фінансово-адміністративних ресурсів між суб'єктами господарювання, що представляє собою економіко-цифрову інклюзію.

Враховуючи вищевикладене, *господарсько-цифрова інклюзія* – представляє собою комплексну систему заходів нормативного, соціально-адміністративного, економіко-організаційного, фінансово-фіскального характеру, що спрямовані на зменшення негативних проявів підприємницької сегрегації, екстракції та технологічно-цифрового бар'єру під час здійснення аналогічних векторів господарської діяльності традиційним способом та у форматі е-бізнесу, шляхом імплементації та використання інформаційно-комунікаційних та смарт е-технологій, інноваційних чи інших альтернативних цифрових інструментів для планування, та ведення підприємницької діяльності (формування операційних процесів, виробничо-логістичних ланцюгів, реклами та просування на ринку, форм дистрибуції та збуту (продажу) товарів, надання послуг) (авторське трактування) (рис.1).





Рис.1. Сутність господарсько-цифрової інклюзії на ринку послуг

Джерело: розроблено автором на підставі даних [1;2;3;4;5]



Розвиток різних форм співпраці між суб'єктами господарювання, побудова інноваційних виробничих ланцюгів змішаного типу: традиційний сегмент + e-сегмент, створення гібридних корпоративних підприємств дозволить розширити інструменти господарсько-цифрової інклюзії, оскільки сприятиме залученню більшої кількості суб'єктів господарювання до співпраці.

Список використаних джерел:

1. Про електронну комерцію. Закон України від 03 вересня 2015 р. № 675-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2015. № 45. ст. 410. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/675-19#Text>

2. Про ринки капіталу та організовані товарні ринки. Закон України від 23 лютого 2006 р. 3480-IV. *Відомості Верховної Ради України*. 2006. № 31. ст. 268. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3480-15#Text>

3. Про стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні. Закон України від 15 липня 2021 р. № 1667-IX. *Відомості Верховної Ради України*. 2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1667-20#Text>

4. Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо стимулювання розвитку цифрової економіки в Україні. Закон України від 14 грудня 2021 р. № 1946-IX. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://tax.gov.ua/media-tsentr/novini/546097.html>

5. Про державну підтримку інвестиційних проектів із значними інвестиціями в Україні. Закон України від 17 грудня 2020 р. 1116-IX. *Відомості Верховної Ради України*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1116-20#Text>



Полякова Ю. В., д.е.н., доцент,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
Новосад З. Г., к. ф.-м. н., доцент,
доцент кафедри вищої математики та кількісних методів
Львівський торговельно-економічний університет

ІНВЕСТИЦІЙНА ПОЛІТИКА ЕНЕРГЕТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток енергетичної галузі в Україні сьогодні пов'язується не лише із аспектами забезпечення інвестиційної привабливості галузі та окремих проектів стосовно досягнення високих параметрів енергоефективності та енергозбереження, євроінтеграційними процесами, а й роботою в умовах війни. 24 лютого 2022 року для нашої країни став днем початку російського вторгнення на українські території, хоча на той самий день було заплановано та фактично реалізовано ізолюваний режим роботи вітчизняної енергосистеми для доведення її самодостатності і стабільності.

У 2021 році українська економіка мала тенденцію до спаду та зокрема зменшення реального ВВП, а також продемонструвала послаблення національної валюти щодо долару США та євро порівняно із середніми показниками за попередній рік. Україна, починаючи з 2014 року, продовжувала обмежувати свої політичні та економічні зв'язки із Росією, беручи до уваги анексію Криму і військові дії на території Луганської та Донецької областей. Національним банком України у вересні 2020 року було ухвалено рішення залишити облікову ставку без змін на рівні 6% річних. Збереження м'якої монетарної політики мало на меті підтримку економічного відновлення в умовах помірної інфляції та високого рівня невизначеності подальшого перебігу пандемії (COVID-19) в Україні та в світі. Основним припущенням для застосування м'якої монетарної політики з боку НБУ залишається продовження співпраці з Міжнародним валютним фондом. Світове поширення COVID-19 створило значну мінливість, невизначеність та економічне падіння протягом 2020 року.

Нові умови діяльності енергетичної галузі посилили питання її безпеки. Розглянемо інвестиційні проекти на прикладі енергопостачального підприємства Західного регіону України “Львівобленерго” – компанії, що здійснює постачання електричної енергії споживачам Львівської області та передачу електричної енергії місцевими (локальними) електромережами. Враховуємо, що електроенергія – це особливий вид товару, властивості якого визначаються фізичними характеристиками, технічними особливостями постачання певній групі споживачів, а також особливостями, пов'язаними зі змінами навантаження електроспоживання протягом доби.

На початок 2021 року ПрАТ “Львівобленерго” реалізувало продукцію (електроенергія, товари, послуги) на суму близько 3 884 781 тис. грн і отримало дохід від розподілу та продажу електроенергії близько 2 760 510 тис. грн [1]. У загальній структурі продажу електроенергії у 2021 р. обсяг електроенергії, реалізованої юридичним особам (промисловим та непромисловим споживачам),



становив 55%, побутовим споживачам – 45%.

У структурі тарифів ПрАТ “Львівобленерго” на 2021 рік при розподілі електричної енергії витрати для купівлі електричної енергії для компенсації технологічних витрат електроенергії розраховані за середньозваженою ціною 1437 грн./МВт.год. Збільшення вартості електричної енергії спричиняє додаткові витрати на купівлю електричної енергії для компенсації технологічних витрат електроенергії, які не передбачені у структурі тарифів, що може сприяти виникненню дефіциту обігових коштів та може спричинити невиконання плану ремонтів, інвестиційних програм, дестабілізувати роботу підприємства.

Основні напрями інвестування підприємства:

- будівництво, модернізація та реконструкція електричних мереж та обладнання – 293497,57 тис. грн;
- заходи зі зниження нетехнічних витрат електричної енергії – 103790,70 тис. грн;
- впровадження та розвиток автоматизованих систем диспетчерсько-технологічного керування – 58482,07 тис. грн;
- впровадження та розвиток інформаційних технологій – 6199,92 тис. грн;
- впровадження та розвиток систем зв’язку – 38171,21 тис. грн;
- модернізація та закупівля колісної техніки – 34829,95 тис. грн.

Для оцінки ефективності грошових проектів застосовується метод дисконтування грошових потоків. Цей метод отримав на Заході широке розповсюдження, оскільки за його допомогою можна врахувати майбутні перспективи розвитку. За допомогою цього методу нами розраховано доцільність інвестиційних проектів на прикладі енергопостачальної компанії “Львівобленерго” за останні п’ять років.

Таблиця. 1

Капітальні інвестиції

Грошові потоки	Початкові інвестиції	Роки				
		2017	2018	2019	2020	2021
Вільні грошові потоки	200000000	130720850	151158440	17995688	25946200	53846100
Дисконтовані грошові потоки	200000000	93881679,1	91999693	9281976	11341323	37959376

За нашими розрахунками при ставці дисконтування $r = 6\%$ і при періоді окупності $t = 1$ рік :

- чистий теперішній дохід $NPV = 114858788$ (тис. грн), $NPV > 0$, тому проект слід прийняти;
- внутрішня норма рентабельності $IRR = 38\%$, що перевищує ставку дисконтування і показує доцільність інвестицій;
- індекс прибутковості $PI = 1,57$, $PI > 1$, тому інвестиційний проект є ефективним і прийнятним.

Відповідно до оцінок вітчизняних експертів інвестиційна привабливість



країни тісно пов'язана із легкістю ведення бізнесу. Рейтинг Світового банку з легкості ведення бізнесу (Doing Business) серед інших складників враховує показник легкості приєднання до електромереж (Getting electricity). Зазначимо, якщо у рейтингу Doing Business у 2016 році Україна посідала 83 місце, а за показником Getting electricity – 137, то саме процес покращення ситуації з приєднанням до електромереж дозволив запровадити оновлену модель ринку електричної енергії в Україні та підвищити позиції рейтингу у вже згаданому рейтингу Doing Business у 2020 році до 128 позиції [2].

Повноцінна інтеграція енергетичної системи нашої країни передбачена Угодою про Асоціацію між Україною та ЄС. Тому відключення вітчизняної енергетичної мережі від російської та білоруської 24 лютого 2022 року стало важливим кроком у напрямі досягнення цілей вказаного програмного документа. Війна російського агресора проти України, яка розпочалася у цей день та створила низку ризиків, прискорила ці процеси, тому що сьогодні навіть не може йти мова про повернення до старої системи після проходження тестування в ізольованому режимі, термінове приєднання до європейської енергосистеми набуло пріоритетності. У світлі зазначено актуальними у подальшому будуть питання підвищення ефективності роботи та реалізації окремих інвестиційних проектів енергетичних підприємств регіонів України.

Список використаних джерел:

1. ЛЬВІВОБЛЕНЕРГО, 2020. Річний звіт ПрАТ «Львівобленерго». 52 с.
2. Павленко О., Серебренніков Б. (2020). Чому кожен українець залежить від Getting electricity? URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3104283-comu-kozen-ukrainec-zalezit-vid-getting-electricity.html>.





Шевчук Д. М., студентка III курсу

Макарчук А.В., студентка V курсу

Караханов Д.А., студент II курсу

факультету інформаційних технологій і математики

Науковий керівник – **Піддубний О.М.**, доцент кафедри теорії функцій

та методики навчання математики.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

МАТЕМАТИЧНА ЕКОНОМІКА

Постановка проблеми. Із історії відомо, що до кінця XIX століття економічні процеси та економіка загалом мала сенс як щось словесне, спиралася на логічні аргументи, ситуації, які мали певне пояснення, умовиводи (створеними анекдотичними доказами). Це все відбувалося, аби збагнути суть економічного явища.

Траплялися випадки конкуренції. Такі ситуації траплялися через те, що інші моделі були здатні пояснити емпіричну закономірність (Періодичні взаємозв'язки). Але, водночас, не могли встановити величину асоціації між центральними змінними.

У ті часи не надавали великого значення математичній економіці, за допомогою якої пропонувалися формули для кількісної оцінки в економіці. Проте цінність поєднання математики і економіки повернулася. На сьогодні більшість економічних теорій мають свої математичні докази.

Наведемо приклад:

При встановленні грошово-кредитної політики, ймовірно, що працівники банків хочуть знати наслідки змін офіційних процентних ставок на інфляцію, а також на швидкість зростання самої економіки. Для того, щоб повністю розглянути і узагальнити це питання, необхідно використати математичну економіку та економетрію.

Мета дослідження – дізнатися про таке поняття як математична економіка, економетрика.

Результати дослідження. Як всім відомо, вища математика – це такий курс, який містить диференціальне та інтегральне числення, аналітичну геометрію, елементи вищої алгебри, диференціальні рівняння (предмети, які входять в навчальну програму деяких спеціальних навчальних закладів, зокрема технічних).

Говорячи про всі науки, можна зробити конкретний висновок: кожна з них стає точною після того, як основні закони та критерії набувають математично сформульованого (кількісного) виразу. Економіки також це стосується.

Математична економіка – це метод економіки, який за допомогою математичних інструментів та розрахунків вводить нові економічні теорії та вивчає економічні труднощі. Вплив математики на економіку є досить цінним, оскільки вона будує моделі, з яких за допомогою математичної логіки відображаються точні висновки про кількісні прогнози економічної діяльності.



Визначення умов та наслідків структур теорій, які пов'язані з економікою у математичному плані, уточнення всіх їх наслідків – це те, на що спирається математична економіка. Якщо розглянути детальніше, можна уточнити два основні плюси:

1. Полегшення роботи працівникам в сфері економіки в описі певних економічних явищ, в роботі з їхніми припущеннями та визначеннями, за допомогою алгебри та числення.

2. Узагальнення їхньої теорії та обдуманих висновків через використання кількісних даних. Оскільки припущення економістів в кінцевому результаті є правдивими, це дає змогу створювати кількісні прогнози на рахунок економічних питань (бізнес, політика).

Розвитку економетрики дають можливість математика, статистичні методи, економічні принципи. Ця наука, поєднуючи математичну економіку та статистичні методи, переробляє економічну теорію (абстрактну) в засоби формування економічної політики.

Задання економетрики – це перетворення якісних тверджень у кількісні (до прикладу, якісне твердження – позитивним є зв'язок між змінними; кількісне твердження – за кожен приріст доходу на тридцять гривень, витрати на споживання збільшуються на двадцять шість гривнів).

Величезну роль у економіці відіграють математичні програми (техніка використання великих даних, обчислювальна потужність), зокрема у перетворенні кількісних методів в елемент економіки.

Висновок. Математика як загальнонауковий фундамент відіграє досить важливу роль у підготовці майбутніх економістів. Математичний стиль мислення, вміння точно міркувати, в логічній послідовності, необхідні інженерам, економістам, юристам, історикам, біологам, лікарям і ін. Математична економіка є невід'ємним етапом вивчення економічної науки, оскільки вона досліджує економічні проблеми формально-математичними методами.

Список використаних джерел:

1. Бугір М.К. Математика для економістів. К., 1998.
2. Пономаренко О. І., Перестюк М. О., Бурим В. М. Основи математичної економіки. К. : «ІНФОРМТЕХНІКА», 1995.
3. Блудова Т. В., Джалладова І. А., Макаренко О. І., Шуклін Г. В. Математична економіка: навч. посіб. К.: КНЕУ, 2009.



**РОЗДІЛ 10. КОМПЕТЕНТІСНИЙ ПІДХІД
В ПІДГОТОВЦІ ФАХІВЦІВ
ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ**



ПІДВИЩЕННЯ ПРАКТИЧНОЇ ПІДГОТОВКИ ВИКЛАДАЧІВ ОБЛІКОВО-ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

У сучасних умовах Україна перебуває у стані пошуку нових та реалізації намічених шляхів повномасштабної інтеграції свого освітнього простору до міжнародного рівня. Необхідність такої інтеграції та реформування освіти обумовлена тим, що, з одного боку, це є важливою умовою посилення економічних, політичних та культурних зв'язків нашої країни з міжнародним співтовариством. Вирішенню цього стратегічного завдання має відповідати високий рівень вищої професійної освіти, як найважливіший фактор, що визначає соціально-економічний розвиток нашої країни. Це актуально, що у сучасних умовах міжнародний авторитет держави дедалі більше визначається науково-технічним, освітнім, культурним потенціалом, тим, що наближує нашу державу до світової цивілізації. З іншого боку, у суспільстві останніми роками відбулися глибокі політичні, соціально-економічні, соціокультурні зміни. Це зумовило поглиблену невідповідність між завданнями нової економіки і змістом освіти, освітніми технологіями, рівнем кваліфікації викладачів вищої школи.

Вважаємо, що майбутній розвиток країни вимагає переходу від системи масової освіти до безперервної індивідуалізованої освіти, що базується на останніх досягненнях науки та орієнтації на формування творчої соціально відповідальної особистості. У сучасній економіці знань вища освіта повинна забезпечити підготовку кадрів для всіх галузей виробництва, які беруть участь у формуванні нових знань шляхом проведення наукових досліджень та практичної їх реалізації.

Гарантія якості освіти – це системна робота, націлена на забезпечення високої якості підготовки висококваліфікованих спеціалістів, які відповідають існуючому рівню науково-технічного прогресу, що визначає трудові відносини та рівень технологічного устрою. У цьому процесі ключове місце має займати університет, у якому зосереджено кадровий та науковий потенціал, інтелектуальні ресурси, сучасну науково-дослідну та навчально-лабораторну базу, стійкі зв'язки з вітчизняними та зарубіжними партнерами.

Результат – підготовка висококласних фахівців, які мають високий рівень загальнокультурних та професійних компетенцій, що володіють високою ерудицією, діловими та моральними якостями, що займають активну життєву позицію, що забезпечують конкурентоспроможність на внутрішньому та



зовнішньому ринках праці, швидке професійне та кар'єрне зростання, соціальну та професійну.

Визнаючи певні успіхи у реформуванні вищої професійної освіти у вищевказаному напрямку, слід визнати актуальність існуючої якості освіти у вищій школі, і, насамперед, якості практичної підготовки здобувачів обліково-економічного профілю. Якість практичної підготовки здобувачів визначається, насамперед, теоретичною підготовленістю, їх здатністю оволодіти практичними навичками та вміннями, можливостями та здібностями викладача демонструвати та передавати студентам свої практичні вміння та навички, тобто, практичною підготовкою викладача: лабораторною базою, обладнанням та технологією навчання студентів на практичних заняттях; компетентною організацією проходження навчальної та виробничої практики здобувачів на підприємствах, станом та рівнем техніко-економічного розвитку цих підприємств.

І.М. Грищенко вказує, що особистість викладача та рівень його фахової підготовки відіграють важливу роль в освіті. Відтак без високопрофесійного педагога не можна виплекати якісно підготовленого студента. Тому сучасний викладач вищого навчального закладу повинен володіти цілою низкою професійних і культурних компетенцій, бути обізнаним з новими теоріями й технологіями та застосовувати їх не лише у своїй предметній галузі, а й у педагогічній та інноваційній сферах. Сучасний викладач – дослідник, транслятор знань, консультант, організатор різних видів діяльності, «навігатор» і мотиватор при формуванні компетенцій тих, хто здобуває освіту, керівник і куратор їхніх робіт тощо [1].

К.В. Бурко доводить, що для результативного формування фахової компетентності майбутнього спеціаліста з бухгалтерського обліку необхідно постійно вдосконалювати професійну та викладацьку майстерність науково-педагогічного складу та використовувати форми активного навчання [2].

Якісній практичній підготовці здобувачів, що здійснюється всередині університету під час проведення практичних занять та науково-дослідної роботи, серйозно перешкоджає низка обставин. Це, насамперед, слабка та застаріла лабораторна база університетів, що дозволяє аналізувати та демонструвати тільки застарілі технології. Іншою найважливішою проблемою якості підготовки здобувачів є слабка практична підготовка викладачів, які прийшли до університету за останні роки. Як правило, молоді викладачі приходять до закладів вищої освіти після закінчення аспірантури, не мають досвіду практичної роботи. Через ослаблення зв'язків між ЗВО та підприємствами, значного скорочення замовлень з боку підприємств на ведення госпдоговірних робіт, фактичного обмеження доступу викладачів на виробництво, їхня практична підготовка залишається слабкою. Викладач не може передати здобувачу ті необхідні для виробництва навички та вміння, якими він сам не володіє. У зв'язку з цим завдання підвищення практичної підготовки викладачів обліково-економічного профілю у закладах вищої освіти



стає актуальним.

Міжнародний та вітчизняний досвід практичної підготовки фахівців доводить, що найефективнішою формою формування у них умінь та навичок є стажування майбутнього спеціаліста. Однак у обставинах, що склалися, для організації стажування на передових підприємствах і організаціях необхідно вирішити низку правових, організаційних, кадрових та економічних питань на різних рівнях: всередині університету, регіональному, міністерському, урядовому, законодавчому. Ключовою проблемою є встановлення міцних зв'язків між університетами, підприємствами та бізнес-спільнотою.

Цілком очевидно, що без висококваліфікованого викладача неможливо організувати випуск фахівців високого рівня, що відповідає запитам сучасного виробництва, а їхня відсутність неминуче призведе до ще більшої невідповідності між завданнями економіки країни та можливостями вітчизняного виробництва. Заміщення висококваліфікованих фахівців на менш кваліфікованих неминуче призведе до кризових явищ, до витіснення вітчизняного виробника з міжнародних та внутрішніх ринків. Хоча ситуація, що склалася, об'єктивно вимагає інтеграції ЗВО та бізнес-спільнот, без глибокого осмислення цієї проблеми та здійснення практичних кроків, якість практичної підготовки випускників не покращиться.

Організаційно-педагогічні та практичні умови повинні займати важливе місце в системі якості освіти: готовність професорсько-викладацького складу до взаємодії у процесі розробки та реалізації навчально-методичного комплексу, використання сучасних освітніх технологій, інноваційних методів та засобів навчання, готовність професорсько-викладацького складу до безперервних досконалостей знань.

Перспективним вирішенням проблеми є створення на підприємствах філій кафедр, базових кафедр, наукових лабораторій, науково-освітніх центрів. Це дозволить залучити велику кількість викладачів обліково-економічного профілю у вирішення інноваційних завдань підприємств та значно підвищить їхню практичну підготовку.

Таким чином, розвиток кадрового потенціалу закладів вищої освіти є важливим стратегічним завданням, вирішення якого здатне забезпечувати підвищення конкурентоспроможності університету на державному та міжнародному науково-освітньому просторі.

Список використаних джерел:

1. Грищенко І.М. Оцінювання ефективності діяльності науково-педагогічних працівників вищого навчального закладу. *Вісник КНУТД. Серія Економічні науки. 2017. Спецвипуск: Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти* : матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції (6 жовтня 2017 р., м. Київ). С. 154–168.

2. Бурко К.В. Інноваційні технології навчання у підготовці фахівців з бухгалтерського обліку. *Ефективна економіка*, 5. Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/5_2018/161.pdf





Васільєва Л.М., д.держ.упр., професор,
професор кафедри обліку, оподаткування та
управління фінансово-економічною безпекою,
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ЕТИКИ ФАХІВЦІВ ЕКОНОМІЧНОГО ПРОФІЛЮ В УМОВАХ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Зміни, що відбуваються в українському суспільстві в останні роки, інтеграція України в єдиний економічний світовий простір, усвідомлення необхідності взаєморозуміння й співпраці в економічних питаннях, значно підвищили вимоги, що пред'являються до фахівців економічного профілю, а поява нових напрямів професійної підготовки, орієнтована на формування професійної етики фахівця [1]. Професійна етика для фахівців має важливе практичне значення, так як здійснюється в просторі особистісно-ділової взаємодії, заснованого на загальнолюдських моральних принципах та нормах.

Відмітимо, що державні освітні стандарти третього покоління вимагають від системи вищої професійної освіти вдосконалення підготовки фахівця не тільки в професійному плані, а й професійно-етичному [2]. Розвиток наукових інтересів в цьому напрямку виявило складність й багатоаспектність феномена «професійна етика», що спричинило появу різноманітних підходів до його аналізу та визначило необхідність усвідомлення того, що процеси формування професійної етики фахівця в умовах закладів вищої освіти вимагають системного, цілісного, інтегративного, комплексного, компетентнісного підходу до вивчення з урахуванням факторів, що впливають на цей процес.

На нашу думку структурно-змістовна характеристика професійної етики фахівця економічного профілю представляє собою сукупність компонентів: етико-освітнього, культурно-етичного, методичного, компетентнісного та діагностичного.

1. Цільовий компонент.

Мета - формування професійної етики фахівця економічного профілю в умовах ЗВО.

Завдання: 1. Дослідити теоретичні та практичні передумови формування професійної етики фахівця економічного профілю.

2. Виявити чинники, що впливають на формування професійної етики фахівця (економічного профілю в умовах ЗВО).

3. Розробити та створити педагогічні умови формування професійної етики фахівця.

4. Визначити узагальнені критерії та показники результатів формування професійної етики фахівця економічного профілю в умовах ЗВО.

Принципи: доступності, системності, цілісності, активізації, професійно-етичної спрямованості.

Функції: розвиваюча, навчальна, виховна, пізнавальна, комунікативна, орієнтаційна, адаптаційна, систематизаційна, інформаційна, інтеграційна.



Фактори, що впливають на формування професійної етики фахівця економічного профілю в умовах ЗВО: *об'єктивні*: соціально-економічні; соціально – правові ін.; *суб'єктивні*: педагогічні; організаційні ін.

2. Змістовний компонент.

Інваріантний компонент: культурологія; психологія; педагогіка; філософія; бухгалтерський облік (загальна теорія); фінансовий облік; аудит; податки і оподаткування тощо.

Варіативний компонент: етичні норми спілкування; універсальні етичні та психологічні норми поведінки; етичні принципи фахівця економічного профілю.

Позаучбова діяльність: ознайомча практика; виробнича практика; аудиторська практика; переддипломна практика; науково-практичні конференції; економічні форуми; олімпіади економічного профілю тощо.

3. Компонента професійної етики

Етико-освітній компонент: обробка наукової інформації; відбір засобів навчання; вибір форм навчання тощо.

Культурно-етичний компонент: культурологічна грамотність; культура поведінки; культура спілкування та інші.

Методичний компонент: вербальні методи; практичні методи; активні методи; наочні методи.

Компетентнісний компонент: відповідність навчальної діяльності студентів змісту майбутньої професії з урахуванням індивідуальних здібностей; відповідність освіти професійно-значущих особливостей фахівця економічного профілю.

4. Діагностичний компонент: оцінка та опис отриманих результатів щодо формуванню професійної етики фахівця економічного профілю

Педагогічні умови. Система дидактичних засобів: організація виконання складніших навчально-практичних завдань; цілеспрямована активізація підготовки в умовах закладу вищої освіти; актуалізація пізнавальної самостійності студентів.

Метою етико-освітнього компоненту є розвиток майбутнього фахівця ціннісно-змістовними засобами, оволодіння ним системою знань, що дають уявлення про компоненти професійної етики, способах обґрунтування моральних фактів поведінки фахівців економічного профілю, застосування їх в дослідженні економічної діяльності. Метою компетентнісного компонента є розвиток у майбутнього фахівця економічного профілю системи професійно значущих знань, умінь та навичок, компетенцій. Культурно-етичний компонент в процесі навчання формує інтелектуальні та морально-етичні якості особистості, характерні для професійної діяльності. Методичний компонент моделі освіти майбутнього фахівця економічного профілю виступає як засіб реалізації описаних вище культурно-етичного, етико-освітнього та компетентнісного компонентів. Діагностичний компонент є «контрольним» в моделі та має на меті оцінити отримані результати щодо формування



професійної етики фахівця та проаналізувати їх з точки зору актуальності та затребуваності.

Список використаних джерел:

1. Москаленко А.М. Теоретичні основи професійної етики управлінців навчальних закладів. *Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Педагогіка, психологія, філософія.* 2014. Вип. 199(1). С. 235-243.

2. Професійна етика вищої освіти : навчальний посібник для осіб. / А.П. Алексеєнко, К.І. Карпенко, Л.О. Гончаренко, В.В. Дейнека. Харків: ХНМУ, 2015. 77 с.





Гевлич Л. Л., к.е.н, доцент,

доцент кафедри обліку аналізу та аудиту

Гевлич І. Г., к.т.н, доцент,

доцент кафедри економічної та управлінської аналітики

Донецький національний університет Імені Василя Стуса

ЗМІСТ ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЇ ПРОГРАМИ ОБЛІК І ОПОДАТКУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ЗВО: ТРЕНДИ ТА ВИМОГИ

Професія бухгалтера достатньо довго залишається однією з найбільш популярних на вітчизняному ринку праці. У 2020 р. бухгалтери і аудиторі зайняли п'яте місце, випередивши юристів, менеджерів з персоналу, маркетологів, event-менеджерів, журналістів та технологів харчового виробництва [1]. Наявність нормативної вимоги організації бухгалтерського обліку на будь-якому суб'єкті господарювання дає певну гарантію в затребуваності даного напрямку фахової діяльності. У той же час динаміка економічних процесів та розвиток технологій не могли не позначитися на змісті підготовки обліковців у закладах вищої освіти.

Для підготовки висококваліфікованих фахівців з обліку і оподаткування проектні групи освітніх програм за спеціальністю 071 мають враховувати сучасні та майбутні потреби вітчизняного та закордонного ринку праці, що викликає необхідність дослідження тенденцій зміни змісту професії обліковця.

Метою дослідження є ідентифікація змін у змісті освітньо-професійних програм за спеціальністю 071 Облік і оподаткування вітчизняних закладів вищої освіти з урахуванням нормативних вимог.

Аналіз запитів вітчизняних роботодавців на сайті <https://www.work.ua/> [2] демонструє безумовну перевагу випускників універсальних освітніх програм за спеціальністю 071 над випускниками вузькоспеціалізованих програм. Українські роботодавці звично навантажують спеціаліста в галузі обліку додатковими посадовими обов'язками, як притаманними фаху (наприклад, формування звітності чи здійснення контрольних процедур), так і непрофільними (аналіз фінансової звітності, визначення трендів розвитку ринку, прогноз впливу змін законодавства на конкурентну позицію підприємства тощо). Наявність відповідних знань та навичок дозволяє бути більш затребуваним як на вітчизняному ринку праці, так і на міжнародному. Вимоги до широкого кола вітчизняних суб'єктів господарювання, що становлять суспільний інтерес, представляти фінансову звітність за міжнародними стандартами бухгалтерського обліку/фінансової звітності роблять українського обліковця обізнаним із концепціями організації, ведення обліку та формування звітності у розвинених країнах світу, що є безумовною конкурентною перевагою фахівця.

Також дослідники майбутнього професії обліковця сходяться на необхідності цифрових навичок бухгалтера у діджитал-економіці [3-4]. І мова йде не тільки про навички роботи з програмними продуктами автоматизації обліку чи управління в цілому, а й про форму спілкування з контролюючими



органами, контрагентами, банками. Задача інформаційного забезпечення альтернативних управлінських рішень, яку ставлять перед бухгалтерами топ-менеджери та власники підприємств, сьогодні також може бути вирішена ефективно тільки завдяки використанню математичного інструментарію та інструментарію інформаційних технологій. Навіть вже звичне дистанціювання робочого місця викликає потребу наявності ІТ-навичок, навичок чисельного моделювання та програмування.

Бути сучасним фахівцем означає мати здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу, автономної та командної роботи, самокритики, навички самоосвіти та освіти протягом життя (lifelong learning) та інші soft skills. Тренди актуальності даних навичок проєктній групі ОПП демонструє, зокрема, Всесвітній економічний форум, презентуючи навички фахівця 2025 року: аналітичне мислення та інновації (Analytical thinking and innovation), активне навчання (Active learning and learning strategies), комплексне вирішення проблем (Complex problem-solving), критичне мислення та аналіз (Critical thinking and analysis), стійкість до стресів та гнучкість (Resilience, stress tolerance, and flexibility), творчість, оригінальність та ініціативність (Creativity, originality, and initiative), лідерство та соціальний вплив (Leadership and social influence), міркування та вирішення проблем (Reasoning, problem-solving, and ideation), емоційний інтелект (Emotional intelligence), технологічне проектування та програмування (Technology design and programming) [5]. Набуття здобувачами soft skills відбувається під час виконання індивідуальних, самостійних, творчих завдань, проходження практичної підготовки, участі у проєктах, конкурсах наукових робіт, здійсненні наукових досліджень, участі у суспільній діяльності, культурних заходах, формуванні індивідуальної освітньої траєкторії в рамках вивчення вибіркових дисциплін.

Проєктні групи ОПП за спеціальністю 071 вимушені займатися критичним аналізом переліку освітніх компонентів у вітчизняних та закордонних університетах, методологічними дослідженнями, аналізом ринкового попиту на випускників, соціологічними опитуваннями тощо. Врахування світових трендів розвитку спеціальності, економіки і навіть технологій уможливорює передбачити попит на молодих фахівців, що сформується через 4 роки – у момент закінчення навчання.

Разом з тим при дотриманні академічної свободи при формуванні самої освітньої програми та відповідних курсів за освітніми компонентами наразі існують доволі жорсткі вимоги до структури та змісту ОПП за спеціальністю 071. Через відповідність Стандарту вищої освіти за спеціальністю для першого (бакалаврського) рівня, затвердженого наказом Міністерства освіти і науки України від 19.11.2018 р. № 1260, вітчизняні ОПП виконують основні вимоги Міжнародних стандартів професійної освіти бухгалтерів (International Accounting Education Standards Board (IAESB)), оскільки затверджений МОН України стандарт розроблявся з їх урахуванням. У стандарті вищої освіти відсутній чіткий перелік освітніх компонентів, але детальність результатів



навчання, що мають бути досягнені випускниками ОПП, обумовлює певне їх змістове наповнення. Також визначені форми атестації випускників та вимоги до атестаційних екзаменів.

Сьогодні з'явився ще один нормативний акт, з яким проектні групи звіряють структуру та зміст ОПП: Міністерство освіти і науки України з 2022 року вводить Єдине фахове вступне випробування (ЄФВВ) на навчання для здобуття ступеня магістра для ряду спеціальностей, у тому числі, 071 Облік і оподаткування. На відміну від розвинених країн світу, в Україні значна питома вага випускників СО Бакалавр вступають у магістратуру. Тож проектні групи ОПП наразі звіряють свої логіко-структурні схеми з програмами ЄФВВ. Враховуючи, що міністерство запропонувало єдине вступне випробування зі спеціальностей 071 та 072, навесні вітчизняні ЗВО очікує неминуче коректування набору чи принаймні змісту запропонованих освітніх компонентів щодо бакалаврських програм Обліку і оподаткування та програм Фінанси, банківська справа та страхування.

Таким чином, за результатами дослідження можна сформулювати такі висновки:

1. Коректування освітніх програм за спеціальністю 071 є нормальним процесом, який має бути організований системно та враховувати світові тенденції у галузі обліку та оподаткування, а також у сфері вищої школи.

2. Наразі ОПП незалежно від галузі мають формувати додаткові ІТ-компетентності та актуальні soft skills випускників.

3. Проектні групи при формуванні ОПП за спеціальністю Облік і оподаткування мають керуватися змістом Стандарту вищої освіти за спеціальністю та програмами Єдиного фахового вступного випробування на навчання для здобуття ступеня магістра.

Ідентифікація тенденцій зміни змісту професії бухгалтера у розвинених країнах світу буде напрямом подальших досліджень.

Список використаних джерел:

1. Найпопулярніші професії ринку праці України. URL: <https://mik.dcz.gov.ua/publikaciya/naupopulyarnishi-profesiyi-rynku-praci-ukrayiny>.

2. Сайт пошуку роботи №1 в Україні. URL: <https://www.work.ua/>.

3. Микульський В.С. Трансформація професії бухгалтера в умовах диджиталізації управління. *Економіка АПК*. 2019. № 6. С. 103-107.

4. Царук Н. Г. Чинники розвитку та складники цифрової грамотності бухгалтера. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2021. Вип. 35. С. 69-73.

5. The Future of Jobs Report 2020. The World Economic Forum. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs_2020.pdf.





Дерипаска А., здобувач першого бакалаврського рівня
вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»,
Науковий керівник – **Кононенко Ж.**, к.е.н.,
доцент, доцент кафедри
Полтавський державний аграрний університет

ДІЛОВИЙ ЕТИКЕТ В ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Терміни, що відповідають на поставлене питання, зміст яких пояснює його наведемо в наших дослідженнях: культура, етикет, підприємство, взаємодія, спілкування, правопорушення, фахова етика, мораль, самоподача, ділова етика, менеджер-підприємець, припис.

Ключову роль функціонування підприємства відіграє культура. Вона забезпечує високого престижу підприємству, та сприяє підвищенню виробництва, удосконаленні якості продукції та послуг, а точніше збільшенню прибутку.

Поняття «культура» у певному розумінні означає сполучення матеріальних і духовних цінностей, які виробляє людство у свого розвитку. Одночасно культура показує створення цих цінностей та засоби їх застосування. Таким чином вона виступає важливим критерієм оцінювання особистості. Саме культура визначає спрямованість суспільної та економічної, поведінки підприємця, змушує дотримуватися статусу ділової людини.

Культура показує сукупність вимог, правил, знань та вміння поводитися у сфері бізнесу. Культура підприємництва з'ясовує спосіб спілкування бізнесмена, менеджера, зі своїм клієнтом, партнером, підлеглим та іншими особами.

Сучасний діловий етикет – глибоке знання пристойності, вміння тримати себе так, щоб заслужити загальне повагу. За культурою поведінки робітника компанія може судити його вмінню спілкуватися з клієнтами.

Діловий етикет – це порядок поведінки у сфері бізнесу та ділових контактів. Відомо, що всім співробітникам фірми – обличчя компанії, і важливо, щоб ця особа була гарна і професійна, доброзичлива, послужлива, самостійна.

Навіщо усі ці умовності? Взагалі це не XIX столітті, етикет вже давно перестав бути частиною ділового спілкування. Молоді підприємці хизуються в футболках з непристойними написами, в інтернет-спілкуванні допустимі смайлики, а поплескати по плечу співрозмовника вже не здається чимось не нормальним. У певних колах суспільства це нормально, але бізнесменам через боргом служби спілкуються із чиновниками, із інвесторами, із старшим покоління, для яких усе це неприйнятно. А іноземні партнери взагалі можуть не правильно зрозуміти цей прояв емоцій.

Отже, на мою думку навіщо знати правила ділового етикету?

- щоб справити враження на партнерів та колег по роботі, бізнесу;
- щоб надати приклад іншим, стати авторитетом своїм підлеглим;
- для загальної освіти: навчатись новому.

Ключові особливості ділового етикету:



- У діловому етикеті має бути свобода, під поняттям свобода мається на увазі, що вона має стати перешкодою вільному бажанню партнерів. У діловому середовищі ви повинні цінувати свободу інших, але й звісно не забувати про себе. Тобто не заважати справам інших компаній та вибору методів виконання домовленостей.

- Також важливу роль грає ваше мовлення, цьому потрібно приділити необхідну увагу. При спілкуванні з роботодавцем, партнером чи колегою, змініть тон та тембр голосу. Він має бути привітним та дружелюбним, шанобливе ставлення до співрозмовника допомагає зберігати гарні відносини, та сприятиме процвітанню вашого виробництва, фірми, компанії.

- Толерантність та терпимість допомагають у розумінні та прийнятті недоліків партнерів, клієнтів чи колег. Таке ставлення сприятиме довірі та розумінні між партнерами.

- Тактовність та делікатність – це вміння чути опонента та слухати його. Обов'язково, при спілкуванні з співрозмовником зверніть увагу на вік, стать, релігійні переконання, пі час діалогу потрібно обходити стороною деякі теми. Зазвичай це необхідно враховувати під час переговорів з іноземцями, адже звичаї, традиції інших країн можуть значно відрізнятись та здатись дивними та незрозумілими від традицій вашої країни.

- Пунктуальність та відповідальність. Одні із ключових принципів культури. Людина яка не коректно розпоряджається своїм часом тим самим спізнюється на конференції, наради без сумніву залишають негативний відбиток на майбутнє ставлення до вас, адже запізнення всього на 5 хвилин розцінюється як грубе порушення у діловому етикеті. І навіть найщиріші вибачення не зможуть загладити вину.

- Виконавчість та відповідальність означають вміння брати відповідальність і виконувати роботу вчасно, та правильно.

Список використаних джерел:

1. Правила ділового етикету, яким треба слідувати всім, хто цінує репутацію. Будьте завжди в настрої. URL: <https://santorpack.ru/uk/kitchen-design/pravila-delovogo-etiketa-kotorym-nado-sledovat-vsem-kto-dorozhit-reputaciei.html>

2. Основні правила етикету у суспільстві. Етикет у суспільстві. Норми та правила пристойності для чоловіків і жінок – основи ведення світської бесіди та поведінки в суспільстві Дотримуватися правил поведінки. URL: <https://avtosvidos.ru/uk/style/osnovnye-pravila-etiketa-v-obshchestve-etiket-v-sovremennom-obshchestve-normy-i/>

3. Діловий етикет. URL: <https://eti3.ru/dilovij-etiket.html>

4. Діловий етикет спілкування. Основні правила ділового телефонного етикету. URL: <https://svetvam.ru/uk/led-lamp/delovoi-etiket-obshcheniya-osnovnye-praviladelovogo-telefonnogo.html>





Сгорова О. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економічної теорії та економічних досліджень,
Безкровний О. В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування,
Полтавський державний аграрний університет

МОНІТОРИНГ ЗАДОВОЛЕНІСТІ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ ФОРМУВАННЯМ ФАХОВИХ КОМПЕТЕНЦІЙ

Формування фахових компетентностей є основною метою здобуття освіти, а моніторинг цього процесу є важливою складовою вдосконалення теоретичної й практичної частин навчання. Результат формування компетентностей, окрім поточного та підсумкового контролю знань та вмінь здобувачів вищої освіти, можна оцінити ступенем задоволеності ними стейкхолдерів. Саме тому на факультеті обліку та фінансів Полтавського державного аграрного університету 2021 року започаткований моніторинг задоволеності здобувачів вищої освіти освітньо-професійної програми Фінанси, банківська справа та страхування якістю викладання навчальних дисциплін. Дослідження проводилося по завершенню екзаменаційних сесій: II семестру 2020-2021 н. р. – у червні 2021 р., I семестру 2021-2022 н. р. – у грудні 2021 р. – січні 2022 р. шляхом онлайн опитування з використанням форм Google Form. За результатами опитування було отримано, відповідно, 115 та 210 анкет. З урахуванням чисельності вибіркової сукупності з ймовірністю $p=0,954$ помилка вибірки становить менше 7 %, тобто думка здобувачів вищої освіти, які не взяли участь в анкетуванні, не суттєво відрізняється від думки опитаних.

Відповіді на питання щодо задоволеності здобувачів вищої освіти рівнем читання лекцій та проведення практичних занять у I семестрі 2021-2022 н. р. розподілилися так: 5 – 180 (85,7 %); 4 – 28 (13,3 %); 3 – 2 (1,0 %) (рис. 1).

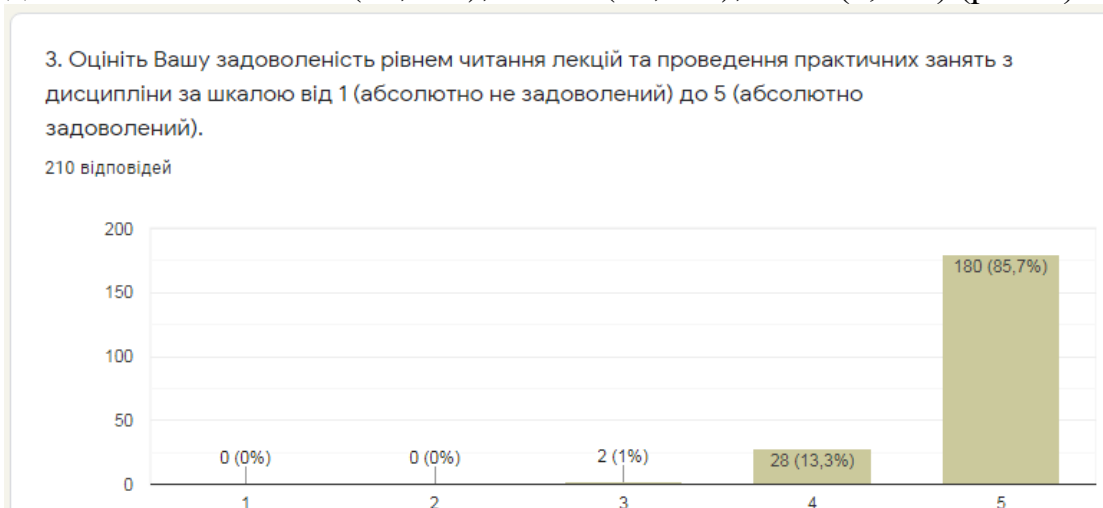


Рис. 1. Розподіл відповідей щодо задоволеності рівнем читання лекцій та проведення практичних занять з дисципліни у I семестрі 2021-2022 н. р.

Таким чином, середня оцінка задоволеності рівнем читання лекцій та проведення практичних занять у I семестрі 2021-2022 н. р. склала 4,85, що



становить 97,0 % від максимальної оцінки. Для порівняння – минулого семестру цей показник складав 4,64, отже зростання 0,21 бали (4,5 %).

Враження здобувачів вищої освіти щодо відношення викладачів до викладання дисципліни у I семестрі 2021-2022 н. р розподілилися наступним чином (рис. 2):

4. Яке з нижченаведених тверджень найбільше відповідає Вашому враженню щодо відношення викладача до викладання дисципліни (виберіть одну відповідь)?

210 відповідей

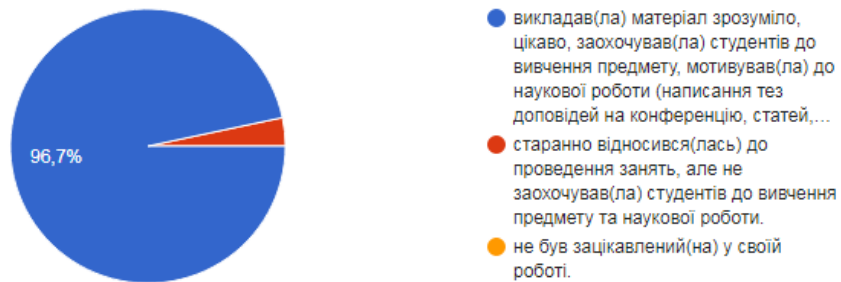


Рис. 2. Розподіл відповідей щодо оцінювання відношення викладачів до викладання у I семестрі 2021-2022 н. р.

– викладав(ла) матеріал зрозуміло, цікаво, заохочував(ла) студентів до вивчення предмету, мотивував(ла) до наукової роботи (написання тез доповідей на конференцію, статей, наукових робіт тощо): 203 відповіді (96,7 %). Знову спостерігаємо позитивну динаміку порівняно із базовими оцінками, коли відсоток респондентів, які обрали таку відповідь, становив 92,2 %;

– старанно відносився(лась) до проведення занять, але не заохочував(ла) студентів до вивчення предмету та наукової роботи: 7 (3,3 %) (для порівняння – раніше було 7,0 %).

Позитивна оцінка респондентами щодо ставлення викладачів до викладання простежується також у відсутності тих, хто вважає що викладач не зацікавлений у своїй роботі.

Самооцінка професійної цінності отриманих у I семестрі 2021-2022 н. р. знань, на думку здобувачів вищої освіти, наступна (рис. 3):

6. Яке з нижченаведених тверджень найбільше відповідає Вашому враженню від вивчення цієї дисципліни (виберіть одну відповідь)?

210 відповідей



Рис. 3. Розподіл відповідей щодо вражень від отриманих знань у I семестрі 2021-2022 н. р.



– я отримав(ла) знання та вміння, яких достатньо для базової підготовки і які планую використати у майбутній професійній діяльності: 188 (89,5 % проти 75,7 % минулого семестру);

– я тримав(ла) певні знання, але відчуваю нестачу практичних навичок у цій галузі: 18 (8,6 %);

– знання, які я отримав(ла), скоріше за все не знадобляться у сфері моєї майбутньої професійної діяльності: 4 (1,9 %).

З метою узагальнення задоволеності якістю викладання здобувачами вищої освіти їх відповідям на питання, що не мають числової оцінки, були присвоєні значення за 5-бальною шкалою. Порівняння аспектів оцінювання засвідчує, що у I семестрі 2021-2022 н. р. респонденти високо оцінили відношення викладачів до викладання (4,93 бала) та задоволеності рівнем читання лекцій та проведення практичних занять (4,85 бала). А найнижче значення (4,76 бала) має оцінка професійної цінності отриманих знань, проте слід врахувати, що респонденти оцінювали у тому числі й дисципліни загальної підготовки, які формують загальні, а не фахові компетентності. Порівнюючи цей показник з аналогічним показником минулого семестру, слід відмітити приріст в оцінках професійної цінності знань (з 4,25 до 4,76).

У цілому підсумки анкетування дозволяють зробити наступні висновки:

1) здобувачі вищої освіти освітньо-професійної програми Фінанси, банківська справа та страхування високо оцінили якість навчальних дисциплін, що викладалися у I семестру 2021-2022 н. р.;

2) у порівнянні з результатами опитування у II семестрі 2020-2021 н. р. покращилися усі загальні показники оцінювання задоволеності навчальними дисциплінами, що свідчить про ефективну роботу викладачів з вдосконалення організаційної, теоретичної і практичної складові підготовки;

3) пріоритетними напрямками покращення якості освітніх послуг та формування необхідних компетентностей здобувачів вищої освіти є робота з вдосконалення тематики дисциплін та більш доступного викладання матеріалу.

Список використаних джерел:

1. Безкровний О. В., Єгорова О. В., Тютюнник Ю. М. Результати анкетування здобувачів вищої освіти щодо якості викладання навчальних дисциплін. *Реформа освіти в Україні. Інформаційно-аналітичне забезпечення* : збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (наукове електронне видання), 28 жовт. 2021 р. Київ : ДНУ «Інститут освітньої аналітики», 2021. С. 261-264.





ЗАСТОСУВАННЯ КОМПЕТЕНТІСНОГО ПІДХОДУ ПРИ ВИКЛАДАННІ ФАХОВИХ ФІНАНСОВИХ ДИСЦИПЛІН

Фахові дисципліни є ключовою складовою будь якої освітньо-професійної програми підготовки фахівців у ЗВО. Реалізація програми відбувається через розробку робочої програми кожної навчальної дисципліни, яка має базуватися на застосуванні компетентнісного підходу, який, в свою чергу, передбачає, що студенти, опанувавши ту чи іншу дисципліну, матимуть здатність вирішувати певні завдання та діяти певним чином у конкретних практичних ситуаціях. Застосування такого підходу є на часі, оскільки «навчання заради навчання» на сьогодні відійшло у минуле і роботодавці прагнуть отримати професійно та морально підготовлених до вирішення практичних задач фахівців. Це можливо лише шляхом чіткого усвідомлення науково-педагогічним персоналом змісту та значення компетентнісного підходу та чіткого і всебічного його застосування, оскільки він направлений передусім на врахування запитів стейкхолдерів щодо тих фахівців, яких вони потребують.

Міністерство освіти і науки України, розуміючи існуючу проблему та підтримуючи бажання стейкхолдерів у отриманні компетентних фахівців, разом з провідними науковцями і практиками розробило і затвердило стандарти вищої освіти для кожного рівня її здобуття. Так, для спеціальності 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» на сьогодні існують такі стандарти:

- для освітньо-професійного ступеня «фаховий молодший бакалавр» – Наказ МОН № 700 від 22.06.2021 р. [3];
- для першого (бакалаврського) рівня – Наказ МОН № 729 від 24.05.2019 р. [2];
- для другого (магістерського) рівня – Наказ МОН № 866 від 20.06.2019 р. [1].

Кожен стандарт структуровано в окремі розділи, один з яких містить перелік компетентностей, що має набути випускник, опанувавши відповідну освітньо-професійну програму.

Серед компетентностей виділено інтегральну, загальні та спеціальні компетентності. Викладач, під час викладання тієї чи іншої дисципліни, має в першу чергу виокремити для себе ті ключові компетенції, яких дозволяє набути відповідна компонента освітнього циклу і щоразу на них зупинитися, виконуючи зі студентами відповідне завдання теоретичного чи практичного характеру. Наприклад, викладання дисципліни «Фінансове право» для студентів 3-го курсу коледжу, передбачає набуття таких фахових компетенцій:

- здатність використовувати теоретичний і методичний інструментарій фінансової, економічної, математичної, статистичної, правової та інших наук



для розв'язання складних завдань у сфері фінансів, банківської справи та страхування;

– здатність здійснювати професійну діяльність, згідно з вимогами законодавства;

– здатність виконувати контрольні функції у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Кожна набута компетенція має реалізуватися у певних результатах навчання, які також зазначені в стандарті освіти. Для досліджуваної дисципліни такими результатами мають стати:

– знати економічні категорії, закони, причинно-наслідкові та функціональні зв'язки, що існують між фінансовими процесами та економічними явищами;

– дотримуватися вимог законодавства для забезпечення правомірності професійних рішень ;

– застосовувати набуті теоретичні знання у практичній діяльності для розв'язання професійних завдань;

– володіти методичним інструментарієм здійснення базових контрольних функцій у сфері фінансів, банківської справи та страхування.

Таким чином, пріоритетним при викладанні фахових дисциплін є компетентнісний підхід, який враховує запити стейкхолдерів на ті професійні навички, яких мають набути випускники по завершенню вивчення конкретної професійної програми.

Список використаних джерел:

1. Стандарт вищої освіти України: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» : Наказ МОН № 866 від 20 червня 2019 р.

URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/06/25/072-finansi-bankivska-sprava-ta-strakhuvannya-magistr.pdf>

2. Стандарт вищої освіти України: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» : Наказ МОН № 729 від 24 травня 2019 р.

URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/05/072-finan.bankiv.sprava.strakhuv-bakalavr-1.pdf>

3. Стандарт фахової передвищої освіти України: освітньо-професійний ступінь – фаховий молодший бакалавр, галузь знань 07 «Управління та адміністрування», спеціальність 072 «Фінанси, банківська справа та страхування» : Наказ МОН № 700 від 22 червня 2021 р. URL:

<https://mon.gov.ua/ua/osvita/fahova-peredvisha-osvita/sector-fahovoyi-peredvishoyi-osviti/zatverdzeni-standarti>





Шестерніна Н. П., заступник директора
Сумського місцевого центру з надання безоплатної вторинної правової допомоги

СЕРВІСИ БЕЗОПЛАТНОЇ ПРАВОВОЇ ДОПОМОГИ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ В УКРАЇНІ

В умовах загострення пандемії у світі та в Україні, особливої уваги набувають розробка та впровадження цифрових рішень у сфері правових послуг безоплатної правової допомоги, з метою забезпечення доступу до цього виду послуг максимально широкого кола населення, а особливо вразливих груп населення.

Впроваджуючи політику Сталого розвитку, закріпленої в Указі Президента України «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року» від 30.09.2019 № 722/2019 [2] а також реалізуючи Державну Стратегію регіонального розвитку на 2021-2027 роки [1], уряд нашої держави порушив проблематику цифрової грамотності населення та цифровізації регіонів.

На підставі проведених обстежень, було прийнято ряд завдань у сфері цифрової трансформації, зокрема: підвищення рівня цифрової грамотності населення; забезпечення безперешкодного доступу до високошвидкісного Інтернету всіх населених пунктів (насамперед сільських та малих міст) та соціальних закладів; максимальне запровадження можливості отримання електронних послуг через смартфон; впровадження електронного документообігу; забезпечення електронної взаємодії між національними реєстрами, реєстрами органів місцевого самоврядування; переведення пріоритетних публічних послуг в електронну форму; впровадження регіональними органами влади відкритих даних; розвиток інструментів електронної демократії тощо [3].

Така політика неминуче охоплює і сферу надання безоплатної правової допомоги. Система БПД активно застосовує цифрові технології для надання правової допомоги, зокрема мова йде про довідково-інформаційну платформу правових консультацій «WikiLegalAid», яка містить понад 1,9 тис. правових консультацій, а також зразки процесуальних документів, посилання на нормативні акти та судові рішення, продовжується активна робота над діджиталізацією цього процесу.

В умовах пандемії процес цифрової трансформації суттєво прискорився. При цьому зріс попит на дистанційні інструменти отримання правової допомоги. Вимушений перехід на дистанційну форму роботи змусив фахівців системи БПД освоювати нові сервіси онлайн-комунікації з клієнтами. На сьогодні для надання правової допомоги використовуються всі доступні способи — телефонний зв'язок, веб-сайт та сторінки у соцмережах, месенджери. Необхідні документи в паперовому вигляді можна надати через спеціально обладнані скриньки для кореспонденції.

На сьогодні громадяни мають змогу отримати первинну правову допомогу (мова йде про консультації, отримання правової інформації, роз'яснення) через систему різних засобів зв'язку, таких як електронна пошта,



соціальні мережі Facebook, месенджери Viber, Telegram, а також мобільний додаток «Безоплатна правова допомога». За допомогою спеціального програмного забезпечення, з метою швидкого та якісного отримання відповіді, та обробки запиту, Координаційний центр централізовано розподіляє між юристами центрів та опрацьовує усі звернення незалежно від засобів зв'язку який обрав клієнт, уточнювати запити клієнтів та надавати відповіді.

Для прикладу, за даними річного звіту системи надання правової допомоги, у 2020 році щомісячно до Єдиного контакт-центру системи надходило вдвічі більше дзвінків (близько 35-45 тисяч) у порівнянні з 2019 роком (біля 20 тисяч). До того ж, правові консультації з платформи «WikiLegalAid» за 2020 рік переглянули понад 5,6 млн разів – це майже втричі більше, ніж у попередньому році. Зазначене свідчить про зростання попиту на отримання дистанційної безоплатної правової допомоги.

Одним із ефективних способів впровадження цифрової трансформації в систему безоплатної правової допомоги став мобільний застосунок «Твоє право» - це універсальний безкоштовний правовий довідник, який містить як необхідні правові роз'яснення, так і алгоритм дій для осіб, які потребують відповідної правової допомоги для захисту та відновлення своїх прав. На початку 2021 року функціонал застосунку було суттєво розширено. Зокрема, з'явилась можливість електронних консультацій, покращено можливості пошуку, додано інтеграцію категорій із платформою правових консультацій WikiLegalAid. Крім того, застосунок має новий розділ – «Права людей з інвалідністю», який містить актуальну інформацію, що стосується медичного та соціального забезпечення, умов працевлаштування, отримання освіти та соціальних послуг, реабілітації та раннього втручання, без бар'єрного доступу до інформації та об'єктів соціальної інфраструктури та багато іншого.

Впровадження цифрових технологій у систему безоплатної правової допомоги - це важливий напрямок забезпечення доступу особи до реалізації своїх прав. Цей напрямок потребує належного рівня фінансування. Окрім цього необхідно враховувати інклюзивну характеристику сфери надання безоплатної правової допомоги. Наприклад, у випадку домашнього насилля надання дистанційної правової допомоги є малоефективним. Але, з урахуванням запитів, щорічно зростають сервіси та засоби дистанційного забезпечення надання правової допомоги. Про це свідчить поява розділу «Кабінет клієнта» на сайтах центрів безоплатної правової допомоги. Створення та впровадження кабінету клієнта має на меті спростити доступ громадян до безоплатної первинної та вторинної правової допомоги. За допомогою цього нового сервісу людина матиме змогу: отримати консультацію/роз'яснення з правових питань; подати звернення на отримання БВПД; подати документи для підтвердження належності до однієї із категорій, які визначені Законом України «Про безоплатну правову допомогу» та іншими законами України; переглядати історію звернень та хід їхнього розгляду. При цьому розробка та впровадження цифрових рішень у сфері правових послуг на базі системи БПД матиме



найбільш сталий результат і максимальне охоплення вразливих груп населення, а також найширше географічне покриття. Тому система дистанційного надання безоплатної правової допомоги в сучасних умовах набуває особливо цінного значення для суспільства та держави.

Список використаних джерел:

1. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 05 серпня 2020 р. № 695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-п#Text>
2. Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року: Указ Президента України від 30 вересня 2019 р. № 722/2019.
3. Цифровізація – один з головних пріоритетів держстратегії регіонального розвитку. *Асоціація міст України: офіційний сайт*. 2020. 6 серпня. URL: <http://surl.li/bargu>.



Наукове видання

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА КОНТРОЛЮ В СОЦІАЛЬНО-ОРІЄНТОВАНІЙ СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ»

*Матеріали V Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції,
присвяченої пам'яті професора, заслуженого працівника вищої школи
Дмитра Мусійовича Фесенка*

14 – 15 квітня 2022 р.

м. Полтава

Відповідальна за випуск: Лега О. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

Комп'ютерна верстка: Лега О. В., к.е.н., доцент, доцент кафедри бухгалтерського обліку та економічного контролю

Матеріали друкуються в авторській редакції.

Автори опублікованих матеріалів несуть повну відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат, економіко-статистичних даних, галузевої термінології, інших відомостей.

