

2020

*Збірник наукових статей
за матеріалами VI Всеукраїнської
науково-практичної конференції*

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ
СИСТЕМ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ
ЕКОНОМІКИ»
16 – 17 квітня 2020 р.**

**ЧАСТИНА 2
Секції 3,4,5**



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Інститут модернізації змісту освіти

Національна металургійна академія України

Українська інженерно-педагогічна академія

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

Львівський національний аграрний університет

***Збірник наукових статей
за матеріалами VI Всеукраїнської науково-
практичної конференції***

**«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-
ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ»**

16-17 квітня 2020 р.

м. Дніпро

Лист МОН України від 05.02.2020 №22.1/10-280

УДК 330.111.66:316.422

Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки: Збірник наукових статей за матеріалами VI Всеукраїнської науково-практичної конференції (16 – 17 квітня 2020 р.). Частина 2. – Дніпро: НМетАУ, 2020. – 447 с.

У збірнику містяться матеріали доповідей VI Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки» (16-17 квітня 2020 р.). Для науковців, викладачів, фахівців-практиків, студентів економічних спеціальностей

Програмний комітет конференції:

Ковальчук К.Ф., д.е.н., професор, декан факультету економіки та менеджменту Національної металургійної академії України

Прохорова В.В., д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки та організації діяльності суб'єктів господарювання Української інженерно-педагогічної академії

Журавльова Т.О., к.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Одеського національного університету імені І.І.Мечникова

Грицина О.В., к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування Львівського національного аграрного університету

Сокиринська І.Г., к.е.н., доцент, завідувач кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Божанова О.В., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Аберніхіна І.Г., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

Мушникова С.А., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів Національної металургійної академії України

За додержання норм авторського права, достовірність наведених фактичних даних, посилань на джерела, імена та назви несе відповідальність автор матеріалів.

© Національна металургійна академія України, 2020

СЕКЦІЯ 3
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

<i>Syhyda L.O.</i> The most significant economic opportunities and economic risks of Industry 4.0	10
<i>Fedorchuk O.M., Mohnenko A.S.</i> Methodical approaches for competitiveness assessment of enterprises of the agrarian economy sector	13
<i>Беднарчук В. В., науковий керівник: Ясіновська І.Ф.</i> Причини реєстрації та успіху українських стартапів за кордоном	16
<i>Білоус О.Ю.</i> Інструменти міжрегіонального інноваційного співробітництва в межах політики згуртування європейського союзу	19
<i>Божанова О.В.</i> Систематизація підходів до визначення «інноваційна стратегія», «стратегія інноваційного розвитку».....	22
<i>Волосович С.В.</i> Модернізація інвестиційної сфери через застосування штучного інтелекту	27
<i>Гільорме Т.В.</i> Моніторинг та оцінка залучення стейкхолдерів при запровадженні інноваційних проєктів	30
<i>Городняк І.В.</i> Аналіз інвестиційного клімату в Україні	35
<i>Грицина О.В., Агрес О.Г.</i> Банківський та страховий бізнес: перспективи розвитку	40
<i>Гуменюк І.М.</i> України в умовах європейської інтеграції.....	45
<i>Гуменюк І.М., Палилюлько О.М.</i> Проблеми інноваційного розвитку регіонів в умовах фінансової децентралізації	48
<i>Деділова Т.В.</i> Основні напрями розвитку дорожнього господарства України	53
<i>Джеджула В.В., Єніфанова І.Ю.</i> Складові фінансового забезпечення інноваційної діяльності.....	57
<i>Дибчук Л.В.</i> Роль системи управління персоналом в інноваційній діяльності підприємств	60
<i>Дубей Ю.В.</i> Глобальні виклики інноваційно-технологічного розвитку.....	65
<i>Захаркіна Л.С., Сигида Л.О.</i> Інноваційна активність країн світу: підходи до вимірювання	69
<i>Іщук Я.Ю., Зінцьо Ю.В.</i> Сутність та завдання інвестиційного маркетингу	72
<i>Карпенко Н. М., Будякова К.В.</i> Смарт-спеціалізація як інноваційна основа регіонального розвитку.....	75

<i>Кербікова А.С., Сичук В.М.</i> Інноваційна діяльність підприємств в сучасній економіці.....	78
<i>Кір'ян О.І., Гаряга Н.М.</i> Інноваційні заходи оптимізації кадрового забезпечення організацій.....	82
<i>Козенкова Н.П.</i> Світовий досвід активізації інвестиційно-інноваційної діяльності.....	85
<i>Коломієць Н.О.</i> Складові інноваційної політики підприємства.....	90
<i>Корнілова І.М., Багрін А.О.</i> Портфель інтелектуальної власності підприємства: управлінські аспекти.....	95
<i>Кочкін В.О., Бесчастна Д.О.</i> Оцінка впливу розвитку сільського господарства на окремі галузі економіки.....	100
<i>Лазановський П.П.</i> Структура парку устаткування поліграфічного підприємства: методика аналізу.....	103
<i>Ларіонова К.Л.</i> Основні концептуальні засади формування депозитної політики банку.....	107
<i>Ларіонова К.Л., Хмиз О.М.</i> Сутність кредитного ризику банку та підходи щодо його визначення.....	113
<i>Меджибовська Н.С.</i> Аналіз динаміки участі малого бізнесу в публічних закупівлях.....	118
<i>Обруч Г.В.</i> Особливості проактивного управління реалізацією спільних інвестиційних проектів за участю підприємств залізничного транспорту.....	121
<i>Оліх Л.А.</i> Форми організації інноваційної діяльності в умовах цифрової трансформації економіки України.....	124
<i>Онисько С.М., Агрес О.Г.</i> Макроекономічне регулювання процедур санації в Україні.....	128
<i>Орехова К.В., Савкова А. М., Ткаченко Л. І.</i> Підходи до визначення поняття «інвестиції» у роботах українських науковців, та значення інвестицій як економічної категорії.....	133
<i>Павлов В. В.</i> Стратегії стимулювання інноваційного розвитку високотехнологічних секторів економіки.....	137
<i>Полінкевич О.М.</i> Проблеми використання бенчмаркінгу як інструменту розвитку економічних систем.....	140
<i>Прокопчук О.Т.</i> Зміна клімату та управління ризиками у сільському господарстві.....	143
<i>Рудь Н.Т., Бурбан О.В.</i> Формування інноваційного клімату в Україні.....	146
<i>Сидор Г.В.</i> Криптовалюта як альтернатива традиційним грошам.....	150

<i>Сидор Г. В.</i> Банківські інновації.....	154
<i>Сиротюк Г.В.</i> Активізація інвестиційно-інноваційного розвитку як основа економічної безпеки країни	157
<i>Сластьяникова А.І.</i> Сутність механізму інноваційного процесу на підприємствах	162
<i>Степанова А.А.</i> Ендавмент-фонди в освітньому просторі: досвід США	165
<i>Терендій А.Б., Городняк І.В.</i> Інституційне середовище залучення іноземних інвестицій в економіку України	169
<i>Улянич Ю.В., Чебан В.В.</i> Інноваційні тренди страхового ринку	174
<i>Федотова Т.А., Долгова А.В.</i> Вплив велошерингу на розвиток соціально-економічних систем: закордонні та вітчизняні реалії	177
<i>Федотова Т.А., Муха А.</i> Использование зарубежного опыта решения транспортных проблем городских агломераций	182
<i>Федотова Т.А., Брожина В.В.</i> Проблеми участі держави в інноваційно-інвестиційному розвитку економічних систем в Україні	186
<i>Федотова Т.А., Джига Л.В.</i> Транспортне забезпечення людей з інвалідністю: закордонний та національний вектор	190
<i>Хомич Л.В.</i> Лідерство і корпоративна культура у формуванні мотиваційного середовища інноваційного розвитку.....	194
<i>Чеботарьова Н.М.</i> Європейські країни як головні інвестори в економіку України	198
<i>Щербак В. В., науковий керівник: Чвертко Л.А.</i> Недержавне пенсійне забезпечення в Україні: перешкоди розвитку та шляхи їх подолання.....	202

СЕКЦІЯ 4

МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Karusta Y., Byelozertsev V.</i> Organization of accounting in the enterprise management system.....	206
<i>Khomyn P.</i> AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH – ŹRÓDŁO REPRODUKCJI?.....	209
<i>Бахуринський В.С., науковий керівник: Шевчук В.Я.</i> Податкове планування як частина підприємницької діяльності	213
<i>Бенько Н.М., науковий керівник: Штулер І.Ю.</i> Актуалізація питань зайнятості населення в Україні.....	215

<i>Білорус Т.В.</i> Управління кадровими ризиками, пов'язаними із задоволенням потреби у персоналі	218
<i>Божок Н.О., Калініченко А.С.</i> Класифікація грошових потоків підприємства для цілей економічного аналізу	224
<i>Бурківська К.Є.</i> Інноваційні методи управління трудовим потенціалом молокопереробних підприємств.....	229
<i>Вибер Е.Ф., Максименко Д.В.</i> Організація аналізу витрат в системі управлінського обліку.....	233
<i>Дегтярьова Ю.В.</i> Підходи до управління ризиками проекту в умовах трансформаційної економіки.....	238
<i>Деділова Т.В., Романович М.А.</i> Стратегічний підхід до розгляду структури трудового процесу персоналу підприємства	243
<i>Діденко А. О., Топоркова О. А.</i> Калькулювання собівартості продукції: управлінський аспект.....	246
<i>Єльцова Ю.Ю.</i> Організація системи оплати праці на торгових підприємствах в Україні	252
<i>Єльцова Ю.Ю.</i> Удосконалення організації бухгалтерського обліку з використанням автоматизованого робочого місця	256
<i>Зелікман В.Д., Удалих Г.С.</i> Особливості формування облікової політики на підприємстві при використанні комп'ютерних програм ведення обліку	260
<i>Ілляшенко К.В.</i> Дедукція й індукція в сучасному економічному аналізі	265
<i>Керницька А.В.</i> Гнучкі моделі управління бізнес процесами компаній на прикладі фреймворку SCRUM	268
<i>Коваленко Т.В., Жилінська О.І.</i> Теоретичні основи управління конкурентоспроможністю підприємства на засадах бенчмаркінгу	273
<i>Кожухівська Р.Б.</i> Захист прав споживачів як елемент системи інспектування суб'єктів готельно-ресторанної сфери.....	278
<i>Колесник С-В.П., Максименко Д.В.</i> Організація аналізу оборотних активів підприємства	281
<i>Колодійчук А.В.</i> Ігрові та експлікативні методи аналізування ризиків у макроекономіці.....	285
<i>Коломієць В. В., Філіпковська Л. О.</i> Впровадження ERP-систем на українських підприємствах задля підвищення ефективності управлінських рішень	290
<i>Колотій В.Ю., науковий керівник: Литвин О. Ю.</i> Спрощена система оподаткування зі сплатою єдиного податку у четвертій групі	294
<i>Корчагіна В.Г.</i> Структурні елементи методики стратегічного обліку	297

<i>Кучеркова С.О.</i> Покращення інформаційного забезпечення для обліку витрат	301
<i>Лазановський П.П.</i> Аналіз якості оцінок готелів за відгуками відвідувачів.....	306
<i>Лугарь Є.В., Ізюмцева Н.В.</i> Дисфункціональний ефект системи контролю: способи запобігання.....	309
<i>Марухненко М.В., науковий керівник: Абесінова О.К.</i> Візуалізація даних як необхідний інструмент аналітичного дослідження.....	312
<i>Мирончук З.П., Андрушко Р.П.</i> Використання «хмарних» технологій у веденні бухгалтерського обліку.....	316
<i>Московенко О.В., Корчагіна В.Г.</i> Система інформаційного забезпечення менеджменту: роль управлінського обліку	319
<i>Обидєннова Т.С.</i> Формування команди проекту в сучасних умовах	322
<i>Павлюх Б.Б., Максименко Д.В.</i> Аналіз трудових ресурсів підприємства.....	325
<i>Пацюк О.О., Кузьміна К.Д., Мисник О.П., Луценко О.А.</i> Основні проблеми організації бухгалтерського обліку в Україні та шляхи їх подолання.....	329
<i>Пізняк Т.І., Харченко Т.М., Заяц Ю.М.</i> Управління кадровою політикою підприємства в умовах трансформаційної економіки.....	333
<i>Пошивалова О.В.</i> Формування обліково-інформаційної системи підприємства в координатах цифрової економіки	336
<i>Приходько І.П.</i> Організація ефективної системи контролю трансакційних витрат підприємства	340
<i>Радіонов В.В., Максименко Д.В.</i> Поняття витрат та доходів	343
<i>Репина С. О., Романова О. В.</i> Изменения в методологии аудита будущего.....	348
<i>Сенишин Б.Б., науковий керівник: Гончарук С.М.</i> Бухгалтерський контроль на підприємствах в умовах трансформаційних процесів	351
<i>Сокольська Р.Б., Зелікман В.Д.</i> Оцінка трудомісткості облікових робіт за контрольно-обліковими точками	356
<i>Солопихіна М.В., Ізюмцева Н.В.</i> Переваги та недоліки демократичного стилю керівництва в умовах кризи.....	359
<i>Східницька Г.В., Кондратюк К.В.</i> Стратегічні аспекти управління діяльністю сільськогосподарських підприємств.....	363
<i>Ткаченко Л.І., Ізюмцева Н.В.</i> Матеріальне мотивування персоналу в умовах кризи	368
<i>Тютюнник С.В., Тютюнник Ю.М.</i> Напрями аналізу та система відносних показників оцінювання фінансової стійкості підприємств.....	372
<i>Фелонюк О.А., Тростянська К.М.</i> Внутрішній контроль як складова управління діяльністю підприємства	377

<i>Фірсова С.Г.</i> Метрика оцінювання афективної лояльності споживачів	381
<i>Хромушина Л.А.</i> Основні складові формування сучасної системи ризик-менеджменту підприємства	386
<i>Чабанюк М.В., науковий керівник: Абесінова О.К.</i> Маркетинговий аналіз ринку як інструмент успішної роботи підприємства	389
<i>Шепєлева Я.О., Самусевич Я.В.</i> Аналіз методів та стратегій ціноутворення інформаційної продукції в умовах суспільних трансформацій	393

СЕКЦІЯ 5

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

<i>Bielozertsev V.S., Proshkina P.M.</i> Perspectives of modern information technologies development in accounting	397
<i>Bielozertsev V.S., Kuzmina D.A.</i> Information and analytical aspect of ensuring economic security: national and regional level	401
<i>Волошин В.С.</i> Інформаційно-аналітична система управління бізнес-процесами в умовах трансформаційної економіки	406
<i>Вонберг Т.В., Герасько В.Ю.</i> Медіація як спосіб вирішення конфліктів в компанії .	410
<i>Григорук Т.О., науковий керівник: Ніколаєва А.М.</i> Реалії та перспективи розвитку електронного трейдингу на фондовому ринку України	413
<i>Гризовська Л.О.</i> Цифрові маркетингові комунікації в туристичному бізнесі	417
<i>Завалій Т.О.</i> Вибір факторів для проведення регресійного аналізу впливу клієнтського капіталу на ринкову вартість підприємства	421
<i>Зінькова С. В., науковий керівник: Городняк І. В.</i> Значення месенджерів у інноваційній маркетинговій діяльності підприємства	427
<i>Маковський І.Ю., Валінкевич Н.В.</i> Аналіз критеріїв оцінки захищеності інформації, необхідних для формування профілю захищеності інформації на підприємстві	432
<i>Мельник Ю.В., Пчелянська Г.О.</i> Сервіс Google Analytics як засіб маркетингового аналізу	436
<i>Репіна С.О., Бесчастна Д.О.</i> Сучасні аспекти розвитку аналітики	440
<i>Хомин И.П.</i> Информационно-аналитическое обеспечение ценообразования в условиях экономических трансформаций	444

СЕКЦІЯ 3
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО
РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

*Syhyda L.O.,
Phd in Economics,
Senior Lecturer of the Department of Marketing,
Sumy State University
liubov.syh@gmail.com*

**THE MOST SIGNIFICANT ECONOMIC OPPORTUNITIES AND
ECONOMIC RISKS OF INDUSTRY 4.0¹**

Countries' readiness to Industry 4.0 is burning problem scientists and practicals try to solve. First, the report of «Readiness for the Future of Production Report 2018» was made by the World Economic Forum. According to this report, leading positions have Germany, the United States of America, the United Kingdom, China, Japan, South Korea, and some other countries [1]. Ukraine is far behind the leading countries.

Additionally, in «Industrie 4.0 in a Global Context: Strategies for Cooperating with International Partners» such countries as Germany, China, Japan, South Korea, the United Kingdom, and the United States were analyzed [2].

Consequently, the most significant economic opportunities for Industry 4.0 were identified (Figure 1).

Therefore, as can be seen from Figure 1, for all analyzed countries the most significant economic opportunity of Industry 4.0 is production optimization. For 5 out of 6 countries, besides the UK, it is an important opportunity to form new business models. For China, the United States and South Korea enhanced customer service is an important metric too.

¹The paper was written according to budget money from the Ministry of Education and Science in Ukraine, given to develop research topic № SR 0117U003922 “Innovative drivers of national economic security: structural modeling and forecasting”

However, the choice of specific options depends on the specifics of the countries. In Germany in particular, there is a focus on combining information, communication and manufacturing technologies in smart, self-organizing factories. In the US and China, meanwhile, there is also a strong emphasis on smart products [2, c. 19].

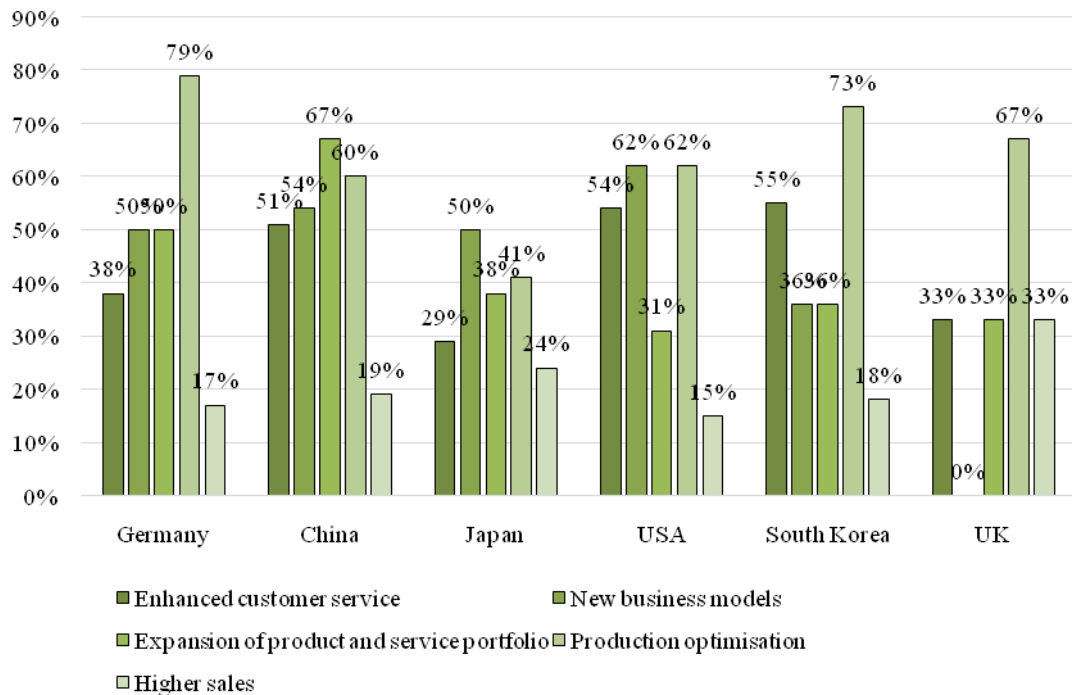


Figure 1 – The most significant economic opportunities of Industry 4.0 for analyzed countries (compiled based on [2, c. 20])

However, the transition to Industry has risks that can significantly affect the countries' performance (Figure 2).

According to Figure 2, common risks of all analyzed countries are developing solutions that lack market relevance and data security. Another risk is standardization problems, as most companies require open and global standards that are about to solve problems. More two risks identified include acceptance problems and migration problems.

In order to understand in more detail, the specificities of the Industry 4.0, a study «Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe» was

conducted in the EU economy in 2017. Spain, the United Kingdom, France, Italy, Germany, Czech Republic, Sweden, and the Netherlands were investigated [3].

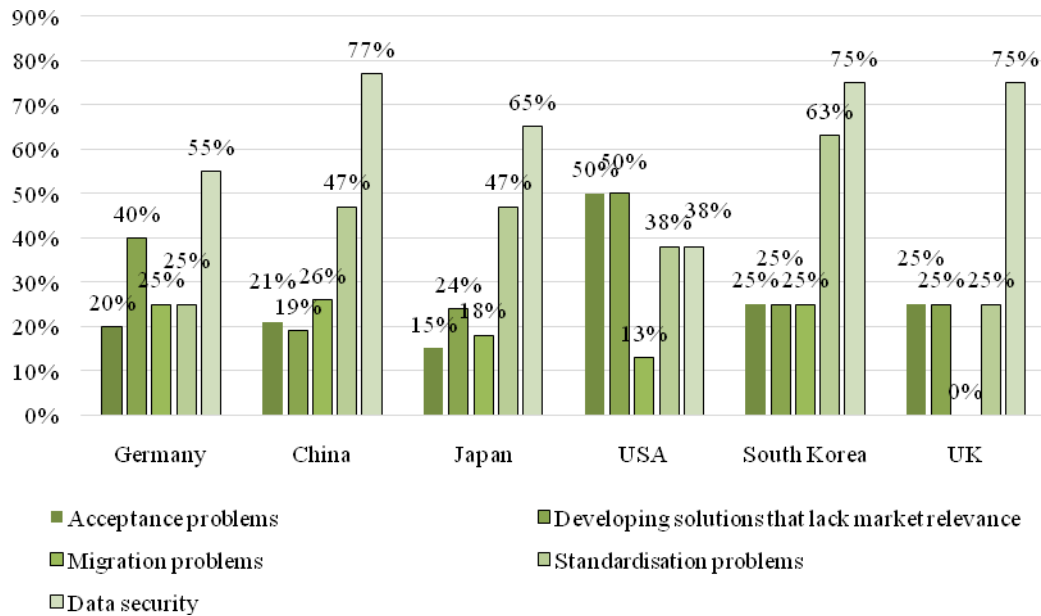


Figure 2 – The most significant economic risks of Industry 4.0 (compiled based on [1, c. 22])

The results of this study determined that the policies of Industry 4.0 for most countries are the same and aim at strengthening the competitiveness and modernization of industry. Also, it's about ensuring the sustainable growth of the manufacturing industry. In addition, these countries combine their economic goals with social and environmental ones.

Nevertheless, it should be noted that the achievement of similar economic goals in different countries is done in different ways. Among the leading tasks are: 1) delivering next-generation technologies (Italy, UK); 2) developing new products and improving industrial processes (Germany, Italy); 3) providing support to small and medium-sized enterprises for innovation and commercialization (UK, France, and Spain) [3, p. 3].

References

1. Readiness for the Future of Production Report 2018. Insight Report. (2018). In collaboration with A.T. Kearney. World Economic Forum. Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/FOP_Readiness_Report_2018.pdf.
2. Kagermann, H., Anderl, R., Gausemeier, J., Schuh, G., &Wahlster, W. (Eds.). (2016). Industrie 4.0 in a Global Context Strategies for Cooperating with International Partners. acatech STUDY. Herbert Utz Verlag GmbH.
3. Digital Transformation Monitor Key lessons from national industry 4.0 policy initiatives in Europe. (May 2017). European Commission.

*Fedorchuk O.M., Ph.D., Associate Professor
Associate Professor of Finance, Accounting and Entrepreneurship
Kherson State University
15961980@ukr.net*

*Mohnenko A.S. D.Sc., professor
Professor department of Finance, Accounting and Entrepreneurship
Kherson State University
mohnenkoas@gmail.com*

METHODICAL APPROACHES FOR COMPETITIVENESS ASSESSMENT OF ENTERPRISES OF THE AGRARIAN ECONOMY SECTOR

We believe that the whole set of production processes (phenomena) occurring at the enterprises of the agrarian sector of economy can be conditionally divided into two groups - traditional and innovative. Traditional processes (phenomena) characterize the normal functioning of the national economy, its industries and enterprises, and innovative - the development of the latter at a new level. For a long period, when the economy was functioning and developing mainly due to extensive factors (the use of ever-increasing amount of public resources - personnel, production funds), traditional evolutionary processes dominated production. Since extensive factors have practically exhausted themselves or become economically unprofitable,

the development and intensification of modern production should be based mainly on new solutions in the fields of technology, technology, organizational forms and methods of management. The elaboration, adoption and implementation of such decisions are the content of innovative processes.

Large-scale automation and «start-up» of production and other spheres of human activity leads to the emergence of a new type of business - industrial service and appropriate organizational and economic forms of its implementation. Effective technical, organizational and economic innovations inevitably lead to noticeable positive changes in social processes in enterprises, and the constant updating of urgent problems of a social nature initiates the solution of these with the help of new economic decisions. After all, all innovations in enterprises that are focused on dynamic development and continuous improvement of production efficiency should be based on their own legal foundations, relevant regulatory acts - otherwise they will not have a proper impact on the scale and timing of achieving the socio-economic goals of enterprises and organizations.

Any local or global innovation of different directions can provide the maximum possible progressive impact on the competitiveness of production, provided that enterprises use them constantly, comprehensively and harmoniously. The most direct impact on the efficiency (effectiveness) of the enterprise is the technical and organizational innovations.

However, the effectiveness of individual global and local events is an important but insufficient measure of the degree of impact of organizational and technical innovations on the performance of enterprises. That is why it is necessary to know a specific methodology for identifying the integral impact of a certain set of innovations on key indicators of production and economic activity of enterprises over a given period of time.

In this regard, we can use a general methodological approach, the essence of which is to calculate by special algorithms (formulas) the main indicators that characterize the economic efficiency of a set of new technical and organizational innovations (TON) introduced during the year (several years). In particular, it is

necessary to calculate the following technical and economic indicators: the increase in the volume of products produced, the increase in capital stock of labor, the increase in the return on capital.

With the general noticeable tendency of constant decrease of the financial return, technical and organizational innovations provide a significant increase of this indicator (by about 18.0-20.0%).

Against the overall positive dynamics of production costs (production costs) and production profitability, their rates of decline and increase, respectively, due to organizational and technical factors, were almost 1.5-2 times higher.

The study showed that, at the same time, the share of changes in the calculated indicators under the influence of technical and organizational innovations averaged 62.0 - 63.0 and 37.0 - 38.0% of their overall positive dynamics.

Conducted with this methodical approach, calculations of average indicators indicate a significant impact of technical and organizational innovations on the efficiency of production and, consequently, increase the competitiveness of agricultural enterprises in the region.

References

1. Konkurentospromozhnist pidpryemstva : otsinka rivnia ta napriamy pidvyshchennia : [monohrafiia / za zah. red. O. H. Yankovoho]. – Odesa : Atlant, 2013. – 470 s.
2. Porter M. Konkurentnaia stratehiia: metodyka analyza otraslei y konkurentov / M. Porter. – 3-e yzd. – M. : Alpyna Byznes Buks, 2007. – 453 s.
3. Protosvitska O.I., Fedorchuk O.M. Faktory pidvyshchennia konkurentospromozhnosti ahropromyslovykh pidpryemstv rehionu / O.M. Fedorchuk, O.I. Protosvitska // Visnyk KhNAU im. V.V. Dokuchaieva. Seriia «Ekonomichni nauky». № 4. 2018. S. 453-463.

Беднарчук В. В.

*Науковий керівник: Ясіновська І.Ф., к.е.н, доц.
Львівський національний університет ім. Івана Франка
bednarchuk.viktoria@gmail.com*

ПРИЧИНИ РЕЄСТРАЦІЇ ТА УСПІХУ УКРАЇНСЬКИХ СТАРТАПІВ ЗА КОРДОНОМ

У сучасному економічному, інтеграційному середовищі одним із провідних чинників соціально-економічного розвитку будь-якої країни світу є розвиток стартапів. В умовах стрімкого розвитку технологій та глобалізації соціально-економічного середовища, розвивається і стартап рух.

Власне стартап – це нещодавно створена компанія, яка знаходиться на стадії розвитку і будує свій бізнес на основі інноваційних ідей, проектів або технологій. Можна сказати, що стартап – це процес виходу на ринок новоствореної компанії за короткі терміни і, як правило, при мінімальних вкладеннях з інноваційним проектом. Це пояснюється тим, що стартапи легко підлаштовуються як до ринкових потреб, так і до організації виробничих процесів.

«Стартап» (від англ. «startup» – запускати) – це абсолютно нові та інноваційні проекти, які розвиваються в дуже складних умовах: невизначеність своєї подальшої діяльності, ризикованість, займаються розробкою зовсім нових, невідомих для суспільства товарів та/або послуг і особливо відрізняються тим, що займаються пошуком інвесторів, які б змогли профінансувати їх бізнес-ідеї [1].

Засоби масової інформації швидко поширюють захоплюючі та цікаві історії успіху українських стартапів. Універсальні програмні забезпечення, новітні гаджети, технології, які створюють українці викликають захоплення в іноземних країнах. На жаль, при цьому самі стартапи зареєстровані за межами нашої країни, в більшості випадків. Які ж причини впливу та реєстрації українських стартапів за кордон? Що ж їх відштовхує від України?

Для початку розглянемо деякі з українських стартапів, які зареєструвалися за кордоном.

«Компанія з Пало-Альто, Каліфорнія, придумала, як керувати роботами і дронами в умовах відсутності GPS-навігації», – так про український стартап в сфері доповненої реальності AugmentedPixels відзивається американське видання VentureBeat. Ще один приклад – український стартап Sixa, який надає послугу віддаленого доступу до суперкомп'ютера і його обчислювальних потужностей. За менш ніж два роки свого існування він залучив понад \$3 млн інвестицій. Команда розробників і засновники стартапу знаходяться в Україні, а штаб-квартира компанії – в Сан-Франциско. Там же, в Сан-Франциско, влаштувалися засновані українцями відомі стартапи Petcube (гаджет та соцмережа для власників тварин) і Grammarly (сервіс перевірки граматики). Сьогодні Grammarly має близько 10 мільйонів користувачів з різних країн, а також понад 700 контрактів з провідними компаніями та університетами світу. Є також чимало прикладів реєстрації українських стартапів в Європі. Серед них – сервіс VRnet.io, що конвертує 3D-моделі у віртуальну реальність [2].

Більшість життєздатних українських стартапів чомусь реєструється за кордоном. Розробка може вестися в Україні, і тут навіть буде сплачуватися частина податків. Але основна активність, включаючи операції з продажу та залучення інвестицій, буде здійснюватися в країні реєстрації.

Серед причин впливу стартапів з України виділяють такі:

1. Брак коштів. Основною і ключовою проблемою для розвитку стартапів є їхнє фінансування, адже український ринок не готовий фінансувати обсяг коштів, який потрібен для завершення проекту. Відбуваються різні конкурси, які допомагають людям з інноваційними проектами вийти на ринок, отримати фінансову допомогу і створити свою компанію. Але ця допомога надається тільки найкращим учасникам конкурсу.

2. Висока ризикованість стартапу і відсутність ринкової потреби у інноваційному продукті.

3. Інвестиційний клімат є причиною реєстрації стартапів за кордоном. Деякі аналітики заявляють, що потенційних інвесторів відлякує від України військовий конфлікт, який відбувається на сході країни. Однак насправді війна – не виправдання. Навпаки, ці обставини мають стимулювати населення працювати активніше й заробляти більше.

4. Відсутність підтримки з боку держави є поширеною проблемою для розвитку стартап-компаній.

5. Складність зареєструвати стартап в Україні, оскільки на сьогоднішній день українське законодавство взагалі не пристосоване для роботи зі стартапами та ринком венчурного інвестування.

За рейтингом StartupRanking було виявлено, що найбільшими інноваційними країнами є США (47 905 стартапів), Індія (7 410 стартапів), Великобританія (5 174 стартапів), Канада (2 634 стартапів), Індонезія (2 179 стартапів), Німеччина (2 057 стартапів), Франція (1 450 стартапів), Австралія (1 521 стартапів), Іспанія (1 271 стартапів), Бразилія (1 107 стартапів). Україна на сьогоднішній день має тільки 265 зареєстрованих стартапів, вона посіла лише 43 місце. За світовим рейтингом стартап-сервісу «STARTUP RANKING» у 2018 році Україна має 77 стартап-проектів, що вийшли на світовий ринок [3].

Отже, можна зробити висновок, що хоча і Україна не займає десятку лідерів в міжнародних рейтингах з інноваційної діяльності, проте вона має значний та потужний потенціал, який ми і бачимо вже в надзвичайно цікавих і популярних проектах, розроблених українськими винахідниками. Необхідним для розвитку стартап руху в Україні є налагодження сталої взаємодії стартаперів з наукою, державою. Повна реалізація стартап-потенціалу України є неможливою без ефективно законодавчої системи та відповідної інфраструктури.

Список використаної літератури

1. Що таке стартап? URL: <https://biznesua.com.ua/shho-take-startap/>
2. BusinessLawElectronicResource. URL: <https://www.businesslaw.org.ua/reestraciya-ukrainskyx-startapiv-za-kordonom/>

3. Startup Ranking. URL: <https://www.startupranking.com/top>

Білоус О.Ю.
науковий співробітник відділу міжрегіонального економічного
співробітництва Українського Причорномор'я
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
НАН України
olena.bilous@gmail.com

ІНСТРУМЕНТИ МІЖРЕГІОНАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА В МЕЖАХ ПОЛІТИКИ ЗГУРТУВАННЯ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Європейський Союз (ЄС) розробив структурну політику, відому як політика згуртування (EU Cohesion Policy), щодо подолання економічних та соціальних відмінностей. Кошти, виділені через цей інструмент, мали на меті підтримати регіони з ВВП нижче середнього. В даний час політика згуртування ЄС націлена на всі регіони та міста Європейського Союзу. Вона спрямована на сприяння створенню робочих місць та конкурентоспроможності бізнесу, стимулюванню економічного зростання та сталого розвитку і, нарешті, підвищенню якості життя мешканців.

За період 2014-2020 рр. з європейських структурних інвестиційних фондів на політику згуртування були виділені кошти у розмірі понад 350 мільярдів євро – сума, що становить близько третини загального бюджету ЄС [1].

Використання дослідницького та інноваційного потенціалу регіональних економік визнано однією з ключових проблем, з якими стикаються європейські регіональні політики. Результати нещодавніх консультацій, проведених у рамках огляду політики згуртування, визначили інновації та міжрегіональне співробітництво як ключові політичні підходи для вирішення викликів, що стоять перед Європою.

Хоча посилення співробітництва між регіонами входить до порядку денного політики згуртування, різні форми співпраці вже широко підтримуються програмами ЄС.

Так, в межах політики згуртування, у період 2007-2013 років співпраця в основному підтримувалася програмами Європейського територіального співробітництва (European Territorial Cooperation) (колишній INTERREG) а також, поза межами політики згуртування, іншими тематичними програмами ЄС, такими як «Горизонт2020». Стосовно останньої, в її рамках засосовується ряд інструментів та програм для підтримки міжрегіональної співпраці в галузі досліджень та інновацій, такі як Мережі європейського дослідницького простору (European Research Area Nets – ERA-Nets), спільні технологічні ініціативи (Joint Technology Initiatives – JTIs), Спільноти знань та інновацій (Knowledge and Innovation Communities – KICs), Державно-приватні партнерства (Public-Private-Partnerships – PPPs), Спільні програмні ініціативи (Joint Programming Initiatives – JPIs), Європейські інноваційні партнерства (European Innovation Partnerships – EIPs), ERA Chairs, Об'єднання для досконалості та інновацій (Teaming and Twinning for excellence and innovation).

З 2014 року основним фактором політики згуртування ЄС став акцент на розумній спеціалізації та розвитку інновацій (Research and Innovation Strategies for Smart Specialization – RIS3) [2].

Посилення співпраці між регіонами є одним із основних питань порядку денного RIS3 [2]. З 2014 року в рамках нової політики згуртування ЄС розумна спеціалізація є попередньою умовою: кожній державі-члену та регіону потрібно розробити національну або регіональну стратегію досліджень та інновацій розумної спеціалізації, перш ніж вони зможуть отримати фінансову підтримку від Європейських Структурних та інвестиційних фондів (ESIF).

Міжрегіональне інноваційне співробітництво є ключовим компонентом впровадження RIS3. Посібник з розробки RIS3 [3] наголошує на необхідності для регіональних стратегій застосовувати «зовнішній» підхід з точки зору їх

орієнтації на глобальні ланцюги вартості, оцінки пріоритетів по відношенню до інших регіонів, а також розгляд міжрегіональних проектів та мереж.

У даний час міжрегіональне інноваційне співробітництво в ЄС найбільш активно здійснюється на базі платформ Vanguard Initiative – мережа, що поєднує 30 регіонів; та Tematic Smart Specialization Platforms (тематичні платформи розумної спеціалізації) – де зареєстровано більш ніж 180 регіонів [4].

29 травня 2018 року Європейська Комісія запропонувала на новий програмний період 2021-2027 рр. в рамках програми Європейського територіального співробітництва (INTERREG) новий компонент 5 щодо міжрегіональних інноваційних інвестицій (Interregional Innovation Investments). Цей новий компонент, який буде профінансовано в обсязі € 970 млн, має на меті розвивати європейські ланцюги вартості по всій Європі за допомогою двох напрямків: 1) фінансова та консультативна підтримка інвестицій в міжрегіональні інноваційні проекти (підтримка партнерств для розробки, поєднання та додаткового використання засобів тестування та демонстрації для посилення ринкового поглинання та масштабування інноваційних рішень у спільних пріоритетних областях розумної спеціалізації; управлятиметься шляхом підтримки розробки портфоліо проектів вибраними партнерствами) та 2) фінансова та консультативна підтримка розвитку ланцюгів вартості в менш розвинених регіонах (підвищення потенціалу регіональних інноваційних екосистем у менш розвинених регіонах для участі у глобальних ланцюгах вартості, а також можливості участі у партнерствах з іншими регіонами; посилений акцент на згуртування, що створює зв'язки між менш розвиненими та провідними регіонами; зосередження як на ланцюгах вартості, орієнтованих на прямі іноземні інвестиції, так і на інші сектори, що розвиваються) [4, 5].

Список використаної літератури

1. EU Cohesion Policy: A suitable tool to foster regional innovation? Policy Paper (2019) Bertelsmann Stiftung.
2. Inter-regional Collaboration in Research and Innovation Strategies for Smart Specialization (RIS3). Technical Report. S3 Working Paper Series, No. 06/2014.
3. European Commission (2012), Guide to Research and Innovation Strategies for Smart Specialisation (RIS3), CEC, Brussels
4. EC Proposal for the next MFF/Smart specialization, Santiago Donat, DG Regional and Urban Policy, Seminar – iCRAG: Geosciences research for Europe, 26 February 2019.
5. Interregional Innovation Investments for European value chains (2019). URL: <https://www.earto.eu/wp-content/uploads/Joint-Statement-on-Interregional-Innovation-Investments-for-European-value-chains-June-2019.pdf>

*Божанова О.В., к.е.н, доцент
доцент кафедри фінансів
Національна металургійна академія України
bozhanovaelena68@gmail.com*

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ «ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ», «СТРАТЕГІЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ»

В сучасних економічних умовах об'єктивна необхідність здійснення і прискорення процесу інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств не викликає ніяких сумнівів. Проте успішний інноваційний розвиток промислового підприємства можливий тільки за умови прийняття найбільш адекватної, для конкретного підприємства, стратегії інноваційного розвитку.

У науковій літературі немає єдиного підходу до розуміння різниці між поняттями інноваційна стратегія та стратегія інноваційного розвитку. Деякі

науковці не розмежують ці два поняття як окремі, а вживають їх як рівнозначні. Однак, на нашу думку, ці поняття є різними. Так, в економічній літературі зустрічається безліч варіацій визначення поняття «інноваційної стратегії». В таблиці 1 наведено визначення сутності поняття «інноваційна стратегія».

Таблиця 1

Визначення сутності поняття «інноваційна стратегія»

П.І.Б. автора	Визначення
Подреза С.М., Кам 'янецька О.В. [1]	Інноваційна стратегія - це система довгострокових концептуальних установок розподілу ресурсів між траєкторіями інноваційного розвитку системи, а також їхнього перерозподілу при зміні внутрішніх і зовнішніх умов її функціонування, що включає науково-технічний, організаційний, мотиваційний і матеріально-фінансовий механізми забезпечення.
Єгоричева С.Б. [2]	Інноваційна стратегія - генеральну лінію поведінки підприємства з приводу використання інновацій в його діяльності.
Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. [3]	Інноваційна стратегія - один із засобів досягнення цілей організації, який відрізняється від інших засобів своєю новизною, передусім для певної організації, для галузі, ринку, споживачів, країни у цілому
Гриньов А.В. [4]	Інноваційна стратегія - комплексний план, орієнтований на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інноваційний процес (стадія досліджень, введення нововведень у виробниче використання, введення нового продукту в ринкове середовище) і є інноваційною стратегією підприємства
Павленко І.А. [5]	Інноваційна стратегія - формування системи довгострокових цілей інноваційної діяльності суб'єкта економіки і вибір найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення
Скібіцьким О.М. [6]	інноваційна стратегія – це детальний комплексний план виходу на ринок з нововведенням і забезпечення за допомогою його довгострокових конкурентних переваг
Довгань Л. С., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. [7]	Інноваційна стратегія — це узгоджена сукупність управлінських рішень, що впливають на інноваційну діяльність підприємства і мають довгострокові наслідки.
Мельник Ю.М. [8]	Інноваційна стратегія підприємства це цілеспрямований процес розробки і реалізації управлінських рішень, спрямованих на створення і розвиток продуктивних і технологічних інновацій, принципи якого формуються загальною стратегією бізнесу підприємства.
Аншин В.М., Дагаєв А.А. [9]	Інноваційна стратегія – система установок, що впливають з довгострокових цілей, що визначають характер розподілу ресурсів між траєкторіями інноваційного розвитку системи, а також їх перерозподілу при зміні внутрішніх і зовнішніх умов її функціонування.
Кушліна В.І. [10]	Інноваційна стратегія - це система напрямків і пріоритетів державної інноваційної політики на середньострокову і довгострокову перспективу. Вона є важливою складовою

П.І.Б. автора	Визначення
	частиною економічної і науково-технічної стратегії держави і направлена на державну підтримку освоєння інновацій в пріоритетних напрямках, які забезпечать підвищення конкурентоспроможності економіки.
Терешкіна Н. Е.[11]	Інноваційна стратегія являє собою основну стратегію зростання сучасної національної економіки, вона визначає загальні установки, модель і механізми розвитку, вектори переваги, а також роль різних суб'єктів в процесі її реалізації.

Отже, як бачимо, серед науковців не сформувалося єдиного підходу до визначення змісту поняття «інноваційна стратегія». Можливо, це визначається складністю і неоднозначністю розуміння сутності самої інновації як економічної категорії. Огляд визначень різних дослідників показує, що даний термін може мати різні значення залежно від контексту, а вибір підходу до визначення поняття залежить від конкретних цілей вимірювання або аналізу.

Дослідженню поняття «стратегія інноваційного розвитку» присвячено роботи низки вітчизняних і зарубіжних науковців, які запропонували такі його визначення (таблиця 2).

Враховуючи наведені результати аналізу різних дефініцій, пропонуємо уточнити зміст поняття «стратегія інноваційного розвитку підприємства» та визначати його як процес розробки і реалізації управлінських рішень, які спрямовані на використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності підприємства.

Таблиця 2

Визначення «стратегії інноваційного розвитку підприємства»

П.І.Б. автора	Визначення
1	2
Кіндрацька Г.І. [13]	Стратегія інноваційного розвитку це проект (моделі) «проведення головних інноваційних дій, необхідних для реалізації корпоративних цілей, спрямованих на певне оновлення окремих компонентів виробництва, реалізації та споживання продукції»
Менюк Ю.В., Саєнко В.Ю. [14]	Стратегія інноваційного розвитку – один із методів досягнення цілей підприємства, що відрізняється від інших своєю новизною, перш за все для цієї компанії і, можливо, для галузі, ринку, споживачів

Продовження таблиці 2

Зянько В.В. [15]	Стратегія інноваційного розвитку це – стратегія, що орієнтована для стимулювання попиту на науково-технічні розробки з боку споживачів інноваційної продукції, насамперед підприємницького сектора
Р. Купер, С. Едгетт [16]	Стратегія інноваційного розвитку – це важливий інструмент розвитку продукції, який може навіть у скрутні часи забезпечити підприємству зростання
Дрогобицький А. І, Галкін В. Є., Кубанков А.Н. [17]	Стратегія інноваційного розвитку це – підхід підприємства до узгодження своїх ресурсів та здатностей з інтелектуальними вимогами стратегії, що може бути описаний у двох вимірах залежно від ступеня його агресивності: ступеня, якого організація потребує для зростання своїх знань та розміщення первинного джерела знань поза або всередині організації
Орлова В.М. [18]	Стратегія інноваційного розвитку це – комплекс дій щодо переходу підприємства в новий стан за новими характеристиками шляхом впровадження інновацій різного спрямування (технологічних, продуктових, управлінських, організаційних тощо), що стає основою формування їх конкурентних переваг та позиціонування на конкурентних товарних ринках
Шафієва Л.Г. [19]	Стратегія інноваційного розвитку це - один із засобів досягнення цілей підприємства, який відрізняється від інших інструментів своєю новизною, для галузі ринку, споживачів, країни в цілому. Взаємопов'язаний комплекс дій, спрямований на зміцнення життєздатності та конкурентоспроможності суб'єктів
Вергал К.Ю. [20]	Стратегія інноваційного розвитку це - стратегія, що враховує основні базисні процеси в організації та в її зовнішньому середовищі, можливості зростання інноваційного потенціалу організації, та в якій мають бути стратегічні управлінські рішення, такі як орієнтовані на майбутнє, на постійні зміни середовища та пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу
П'ятницька Г. Т. [21]	Стратегія інноваційного розвитку це - генеральний план або модель дій, що дозволить у стратегічній перспективі змінити стан підприємства та його конкурентну позицію завдяки інноваціям та досягненню стратегічних цілей інноваційного розвитку, визначення та реалізація яких має відбуватися на науково обґрунтованій основі з урахуванням ринкових можливостей та загроз і наявності передумов для інноваційного розвитку підприємства (у т. ч. пов'язаними з рівнем його інноваційного потенціалу та наявним інтелектуальним капіталом).

Список використаної літератури

1. Подреза С.М., Кам'янецька О.В. Особливості та проблеми побудови інноваційної стратегії в системі стратегічного розвитку підприємства / С.М.Подреза, О.В.Кам'янецька // Формування ринкових відносин в Україні . – 2006. – № 7. – С. 48-52.

2. Єгоричева С.Б. Банківські інновації: [навч . посіб.] / С.Б.Єгоричева. –К.: Центр учбової літератури, 2010. –208 с.
3. Дудар Т.Г., Мельниченко В.В. Інноваційний менеджмент: [навч. посіб.] / Т.Г.Дудар, В.В.Мельниченко . –К.: Центр учбової літератури, 2009. –256 с.
4. Гриньов А.В. Стратегія інноваційного розвитку підприємства: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня док. екон. наук / А.В.Гриньов. –Донецьк, 2004. – 37 с.
5. Павленко І.А. Економіка та організація інноваційної діяльності: [навч. посіб.] / І.А.Павленко. –[вид. 2-ге, без змін]. –К.: КНЕУ, 2006. –204 с.
6. Скібіцький О.М. Інноваційний та інвестиційний менеджмент: [навч. посіб.] / О.М.Скібіцький. –К.: Центр учбової літератури, 2009. –408 с.
7. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління: Навчальний посібник. — К. : Центр учбової літератури, 2009. — 440 с.
8. Мельник Ю.М. Інноваційна стратегія підприємства як джерело його конкурентних переваг / Ю.М. Мельник // Економіка харчової промисловості Том 7, Випуск 4/2015. – с. 67-71.
9. Инновационный менеджмент. Многоуровневые концепции, стратегии и механизмы инновационного развития : учеб. пособие для студ. вузов / ред. В. М. Аньшин, А. А. Дагаев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Дело, 2006. – 584 с
10. Современная рыночная экономика. Государственное регулирование экономических процес-сов: энцикл. словарь / под ред. В. И. Кушлина – М. : РАГС, 2004. – 744 с.
11. Терёшкина Н.Е. Инновационная стратегия: теория и практика реализации в Украине / Н.Е. Терёшкина // Интеллект. Инновации. Инвестиции. – 2013. – № 4. – С. 124-129.
12. Кіндрацька Г.І. Стратегічний менеджмент: Навч. посібник. –К.: Знання, 2006. –366 с.
13. Меньюк Ю.В., Сасенко В.Ю. Формування стратегії інноваційного розвитку підприємства. // Сучасні проблеми економіки:нові погляди науковців. Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції (м.Дніпропетровськ, 24-25 лютого 2012 року): У 2-х частинах. –Дніпропетровськ.: НО Перспектива, 2012. –Частина 1.–С.104
14. Зянько В. В., Єпіфанова І. Ю., Зянько В. В. Інноваційна діяльність підприємств та її фінансове забезпечення в умовах трансформаційних змін економіки України. Вінниця : ВНТУ, 2015. 172 с.

15. Cooper R. G., Edgett S. J. Developing a Product Innovation and Technology Strategy for Your Business. Research-Technology Management. May–June, 2010. Vol. 53. P. 33–40.

16. Дрогобыцкий А. И., Галкин В. Е., Кубанков А. Н. Общая характеристика стратегий инновационного развития предприятий. URL : <https://cyberleninka.ru/article/n/obschaya-harakteristika-strategiy-innovatsionnogo-razvitiya-predpriyatiy>.

17. Орлова В. М. Стратегія інноваційного розвитку підприємства. Екон. новелів. вісн. 2015. № 1 (8). С. 79–85.

18. Шафієва Л. Г. Особливості формування стратегії інноваційного розвитку підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища. Наук. вісн. Міжнарод. гуманітар. ун-ту. Серія : Економіка і менеджмент. 2015. № 13. С. 123–126.

19. Вергал К. Ю. Теоретико-методологічні основи розробки стратегії інноваційного розвитку підприємства. Управління розвитком. 2008. № 19. С. 27–28.

20. П'ятницька Г. Мультиваріативність стратегій інноваційного розвитку/ Г. П'ятницька, В. Найдюк // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. 2018. № 1. С. 22.

*Волосович С.В., д.е.н., професор
професор кафедри фінансів
Київський національний торговельно-економічний університет
volosovich_sv@ukr.net*

МОДЕРНІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СФЕРИ ЧЕРЕЗ ЗАСТОСУВАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ

Доступність фінансових послуг є важливим інструментом формування конкурентоспроможності країни, оскільки фінансовий сектор сприяє розширенню ринків товарів і послуг, розвитку бізнесу, стимулює зростання добробуту населення[1, с. 15]. Із розвитком інструментів фінансових технологій та активізацією їх застосування на фінансовому ринку посилюється проблема

діджиталізації й інвестиційної сфери, завдяки чому підвищується рівень конкурентоспроможності її учасників; спостерігаються її інституційні трансформації; підвищується доступ споживачів до інвестиційних послуг; посилюється взаємодія між інвесторами та суб'єктами, що залучають інвестиції; поліпшується транспарентність інвестиційних операцій; розвиваються системи захисту прав інвесторів. Здійснення ефективного інвестування вимагає постійного моніторингу великої кількості джерел інформації, зокрема, новини, історичні дані, звіти про прибутки компаній, соціальних мереж, інсайдерської інформації. Це обумовлює збільшення використання машин під час прийняття інвестиційних рішень та укладення угод на інвестиційному ринку. За допомогою високочастотної торгівлі інституційні інвестори за допомогою комп'ютерів зі швидкісним підключенням до Інтернету можуть отримувати прибуток від невеликої різниці в цінах зі значної кількості угод протягом дня. Індивідуальні інвестори не мають доступу до такого дорогого інструменту. Проте, у них є можливість використовувати для інвестиційних цілей такі торговельні платформи як Robinhood або TD Ameritrade не сплачуючи брокерських внесків.

Підґрунтям застосування штучного інтелекту є вдосконалені алгоритми для виявлення шаблонів, імітації людського судження в автоматизованих рішеннях, що використовуються для прогнозування поведінки та цін, автоматизації схвалення надання кредитів, торгівлі фінансовими активами, управління активами, надання фінансових консультацій, виявлення шахрайських дій [2, с. 11]. Глобальний дохід від застосування штучного інтелекту у світі у 2018 р. становив 9,5 млрд дол. США та за різними оцінками досягне 118, 6 млрд дол. США до 2025 р. [3]. Штучний інтелект підвищує ефективність та автоматизацію обслуговування клієнтів і управління даними. Яскравим прикладом цього є віртуальні помічники та робото-консультанти. Робото-консультативні послуги включають розподіл активів, оптимізацію портфеля, здійснення операцій з купівлі-продажу активів, розробку податкових стратегій. Згідно з доповіддю «AutonomousNext»,

зробленою у 2018 р., за рахунок впровадження штучного інтелекту у сферу управління інвестиціями буде звільнено 460 тис. робочих місць[4]. BigData та машинне навчання забезпечують оцінку ситуації в реальному часі та виявлення несприятливих тенденцій, що дозволяє поліпшити управління ризиками та прийняти інвестиційні рішення. Трейдери використовують автоматизовані торговельні програми, що забезпечують анонімність, підвищення швидкості виконання замовлень, зниження витрат на торгівлю. Водночас інвестиційним менеджерам та менеджерам з управління багатством ці інструменти сприяють прийняттю ефективних інвестиційних рішень на основі оцінки схильності клієнтів до ризику та вибору відповідного напряму інвестування. Важливе значення машинного навчання має у запобіганні та виявленні шахрайства, а також у дотриманні вимоги KYC менеджерами активів.

Напрямами застосування штучного інтелекту в інвестиційній сфері є:

1. Побудова інвестиційних планів інвесторів на основі вивчення фінансових продуктів, якими він цікавиться. профілів інвесторів. В їх основі лежать рекомендації, що сприятимуть збільшенню дохідності та мінімізації ризику при здійсненні інвестицій.

2. Покращення доступу інвесторів до ринкової інформації при прийнятті фінансових рішень.

3. Оптимізація інвестиційних процесів та прийняття рішень на основі швидкого аналізу конкретного фінансового інструменту.

4. Прийняття раціональних рішень, позбавлених впливу поведінкових чинників.

5. Пропозиція на ринках видів фінансових активів, які є нетрадиційними через їх складність або невеликий розмір для публічних торгів. Зокрема, це стосується малих та середніх підприємств, які через краудфандінг можуть отримати фінансування стартапу або реальних інвестицій.

Штучний інтелект дозволяє інвесторам, торговцям аналізувати неструктуровані дані та виявляти певні закономірності, що дозволяють оптимізувати фінансові рішення. Водночас робото-консультанти

поліпшують інтеграцію поведінкових моделей інвесторів у досягнення фінансових цілей.

Список використаної літератури

1. Мазаракі А., Волосович С. Інституційна модернізація фінансової системи України. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. №1. С. 15-23.

2. Мазаракі А., Волосович С. FinTech у системі суспільних трансформацій. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2018. №2. С. 5-18

3. Preston Ch. 3 Under-the-Radar Artificial Intelligence Stocks to Buy. URL: <https://cabotwealth.com/daily/growth-stocks/under-the-radar-artificial-intelligence-stocks-buy/>

4. Manning J. How AI is disrupting the banking industry. URL: <https://internationalbanker.com/banking/how-ai-is-disrupting-the-banking-industry/>

*Гільорме Т.В., к.е.н., доцент
провідний науковий співробітник НДІ енергетики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпро
gillyorme@i.ua*

МОНІТОРИНГ ТА ОЦІНКА ЗАЛУЧЕННЯ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ПРИ ЗАПРОВАДЖЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

В умовах економічної нестабільності функціонування національних компаній істотно зросла цінність сталості господарської діяльності і договірних відносин, кредиту довіри між діловим партнерами і уміння конструктивно вирішувати внутрішні організаційні протиріччя. В основі ділових переговорів лежать, в першу чергу, економічні інтереси власників, акціонерів і найманих працівників в ході виробничих відносин.

Найактивнішим і найбільш продуктивним процесом узгодження інтересів в компанії, безумовно, є переговори. Вони стають повсякденним робочим інструментом встановлення цілей і різних координації дій функціональних підрозділів. Комунікативні навички, адекватність інтерпретації отриманої інформації усвідомлюються більшістю працівників як стратегічно важливий і дефіцитарний ресурс кар'єрного, професійного та особистісного зростання працівника і успішності компанії, в цілому[1].

Сучасні проекти виконуються в середовищі, яке характеризується недостатністю і розмитістю адміністративних повноважень, що не просто створює передумови для виникнення конфліктів, але і є середовищем, що передбачає перманентну наявність конфліктних ситуацій.

В таких умовах більшість традиційних управлінських методів стають неадекватними. Проект потребує вироблення особливих інструментів управління, заснованих на використанні специфічних організаційних методів та процедур, яка дозволяють інтегрувати цілі та інтереси всіх учасників проекту, знаходить ефективний вихід з конфліктних ситуацій як на рівні партнерських взаємовідносин в проекті, так і на рівні взаємодії членів команди проекту.

Залучення стейкхолдерів – це діяльність щодо створення можливостей для діалогу між компанією та одним або кількома її стейкхолдерами з метою надання інформаційної бази для рішень компанії. У близькому колі стейкхолдерів (первинні стейкхолдери) представлені: персонал, власники, клієнти, бізнес-партнери.

Дальнє коло (вторинні стейкхолдери) – непрямий вплив: держава, конкуренти, інвестори, локальні спільноти (засоби масової інформації, громадські організації тощо). Обидва кола представляють взаємозалежну систему, павутиння, що підтримує впровадження чи навпаки – не дозволяє здійснити необхідні заходи реалізації інноваційних проектів. Створеннями платформи визначення стейкхолдерів займаються у системній інженерії. Розуміння того, хто є стейкхолдером відносно рішень, що приймаються, повинно бути встановлено заздалегідь.

Серед значного кола стейкхолдерів обирають найбільш впливові – це альфа-стейкхолдери, які безпосередню впливають на організаційне забезпечення реалізації інноваційних проектів Традиційно проблематика переговорів в сфері бізнесу розглядається в зв'язку з підвищенням ефективності продажів, представницькими переговорами з зовнішніми агентами, управлінськими комунікаціями. Різноманіття міжфункціональних взаємодій між підрозділами і працівниками, проблема підвищення ефективності ділового спілкування між зацікавленими сторонами ставлять необхідність вивчення ділових переговорів як важливою складовою переговорної практики в управлінні проектом.

Організаційне забезпечення проекту складається з управління можливостями організацій поставляти і купувати продукти і послуги через підтримку, ініціалізацію і управління проектами. Це забезпечення поставляє ресурси і інфраструктуру, необхідні для сприяння проектам, і гарантує виконання організаційних цілей і діючих угод [2].

Залежно від стадії життєвого циклу проекту відбуваються зміни у структурі бета-стейкхолдерів, наприклад: на етапі «Логістика та супровід» – допоміжні сервіси, інструктори, учасники ланцюжків постачань.

Можна відокремити чотири сектори реалізації інноваційних проектів, у яких діють стейкхолдери: технічний, управління портфелем проектів, управління якістю маркетингового просування та управління ризиками.

Зокрема при управлінні ризиками формалізується процес: міститься опис категорій ризику, перспектив стейкхолдерів та опис (можливо за допомогою посилання) технічних і управлінських завдань, допущень і обмежень. Необхідно встановлювати і підтримувати профіль ризиків, кожен запис якого повинен містити важливість ризику. Важливість визначається критеріями ризику, наданими стейкхолдерами.

Сутність відповідного профілю ризиків повинна періодично повідомлятися стейкхолдерам залежно від їх потреб, оскільки профіль ризиків може змінюватися у разі оновлення окремого стану ризику.

Але, наш погляд, персонал підприємства є ключовим фактором нівелювання насамперед процедурних ризиків (прямий вплив), а непрямий вплив – технічні (якість праці спеціалістів у сфері інженерії та робочі) та фінансові (компетентність фінансових аналітиків підприємства та вищого управлінського керівництва). Це головне близьке коло стейкхолдерів кожного суб'єкта господарювання. Саме для цього необхідна побудова кадрової стратегії розвитку персоналу.

Взаємодія компанії зі співробітниками може відбуватись на двох рівнях – у прямій формі за безпосередньої участі працівника (індивідуальні інтерв'ю, соціальні запити тощо) або опосередковано – через представників працівників і профспілок всіх рівнів.

Соціальний діалог може бути синонімом діалогу з працівниками, якщо під час такої взаємодії розглядаються питання сталого розвитку і соціальної відповідальності. Такий соціальний діалог може зробити стратегію соціальної відповідальності більш надійною для зовнішніх стейкхолдерів, оскільки вона підтримуватиметься працівниками компанії.

Проведення діалогу зі споживачами дозволяє компанії запобігти можливим ризикам перед запуском нової продукції або послуги, покращити свій імідж у суспільстві, краще зрозуміти потреби ринку. Як і у випадку з працівниками, діалог зі споживачами може проводитись напряду або через організації, що представляють інтереси споживачів (це можуть бути організації, що представляють інтереси всіх споживачів або організації, що представляють інтереси споживачів конкретної групи товарів або послуг).

Основні чотири фактори, що можуть визначати результат діалогу стейкхолдерів щодо реалізації інноваційних проектів є: зобов'язання: потрібно надавати пріоритети і ресурси на вирішення ключового питання діалогу зі стейкхолдерами; потенціал: фізичні, організаційні й людські ресурси, які доступні для проведення діалогу зі стейкхолдерами; консенсус: передумова вдалого діалогу – наявність узгоджених цілей і загальних цінностей і консенсусу між учасниками діалогу і виконавцями рішень; усвідомлення:

генеральні директори компанії повинні допомагати у впровадженні рішень діалогу та інтегрування в організаційну систему.

Таким чином визначено, що зацікавленими сторонами є особи чи організації, які приймають активну участь в проекті, або інтереси яких можуть бути дотичними до виконання або до результату завершення проекту. До них належать спонсори, замовники, користувачі, продавці (агенти), ділові партнери, функціональні керівники та інші зацікавлені сторони проекту.

Моніторинг і оцінка залучення стейкхолдерів мають бути інтегровані до моніторингу і оцінки діяльності організації в сфері сталого розвитку, при цьому можливі такі заходи: комунікація зі стейкхолдерами щодо цінності і впливу залучення повинна виходити за рамки забезпечення зворотного зв'язку заінтересованим сторонам; публічна звітність щодо взаємодії зі стейкхолдерами про результати заходів із залучення стейкхолдерів з метою демонстрації необхідності таких заходів для подальшої діяльності організації; об'єднати публічну звітність щодо взаємодії із заінтересованими сторонами з іншими формами нефінансової звітності (корпоративна соціальна звітність, звіт про сталий розвиток тощо).

Список використаної літератури

1. Gemünden, H. G., Lehner, P., & Kock, A. The project-oriented organization and its contribution to innovation.

International Journal of Project Management. (2018). –36(1). – P. 147-160.

2. Маркетингове просування енергозберігаючих технологій використання альтернативних джерел енергії в Україні: Монографія / С. О. Смирнов, С. Я. Касян, Л. В. Накашидзе, Т. В. Гільорме. – Дніпропетровськ : ДНУ імені Олеся Гончара, ПП «Ліра ЛТД», 2015. – 145 с.

*Городняк І.В., к. соц. н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Львівський національний університет імені Івана Франка
gorodnyakira@gmail.com*

АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

В умовах сучасного українського суспільства постає необхідність використання комплексного механізму залучення іноземних інвестицій, тобто системи заходів на макро-, мезо- та мікрорівнях, впровадження яких дасть змогу створити сприятливі умови для стимулювання іноземних інвесторів.

Безумовно, що залучення іноземних інвестицій в національну економіку значною мірою залежить від інвестиційного клімату. Зокрема, А. Пересада розглядає інвестиційний клімат як характеристику ступеня привабливості держави (регіону, галузі) по відношенню до інвестицій, які можуть бути залучені [4, с. 63]. На думку В. Струніної, інвестиційний клімат – це сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових та географічних чинників, наявних у тій чи іншій країні, які приваблюють або відштовхують інвесторів [5, с. 11]. При цьому, слід погодитись з тим, що інвестиційний клімат може бути різним для різних груп інвесторів.

Формування інвестиційного клімату в державі відбувається під впливом політичних, мікро- і макроекономічних, правових, соціальних та географічних умов, кожна з яких, у свою чергу, включає у себе декілька складових, які безпосередньо впливають на формування інвестиційного клімату в державі. Деякі дослідники пропонують до чинників оцінювання інвестиційного клімату відносити характеристику економічного потенціалу регіону, загальні умови господарювання, зрілість ринкового середовища, політичні, соціальні та соціокультурні, організаційно-правові, фінансові чинники [1, с. 30].

Важливою характеристикою держави з позиції інвестиційного клімату є інвестиційна привабливість, що відображає рівень розвитку інвестиційної

інфраструктури, можливості залучення інвестиційних ресурсів та інших чинників, які істотно впливають на формування дохідності інвестицій та виникнення інвестиційних ризиків.

Слід зазначити, що починаючи з 2010 року відбувається поступовий приріст прямих іноземних інвестицій в економіку України. Впродовж 2013-2014 років прослідковується несприятливе становище через стрімке падіння обсягу залучених інвестицій. Також, значення на кінець 2017 році скоротилося відносно 2016 року на 1082 млн. дол. У 2018 році прослідковується позитивна динаміка щодо збільшення обсягу прямих іноземних інвестицій на 668 мільйонів доларів. Впродовж останніх 13 років найбільший приріст прямих іноземних інвестицій прийшовся на 2008 рік. Незважаючи на стрімкі коливання обсягу залучень, у 2012 році розмір інвестицій найбільш наблизився до останнього максимального значення. При тому, за останні 6 років країна не досягла такого значного розміру приросту іноземних залучень. Дана тенденція до зниження обсягу іноземних інвестицій є наслідком невирішеної низки причин недовіри інвесторів, серед яких: високий рівень корупції в країні, недовіра до судової системи, нестабільність національної валюти, монополізація ринків та політична нестабільність в країні. Обсяг вкладених прямих іноземних інвестицій у період 2005 – 2018 рр. в економіку України та з України зображено на рисунку 1.

Як видно з рисунка 1, за останні 5 років лише у 2016 році прослідковується найбільш позитивна динаміка накопичених іноземних вкладень в національну економіку, проте Україна досі не досягла значень за обсягом іноземних інвестицій, які були перед початком військової агресії.

Європейський банк реконструкції та розвитку відмічає, що іноземні інвестиції позначаються на ефективності економіки шляхом впливу на зайнятість та ефективність діяльності підприємств. Підприємства, в які нерезиденти інвестують кошти, мають можливість придбати нові технології, набувають нові управлінські підходи і в результаті отримують високу економічну ефективність.

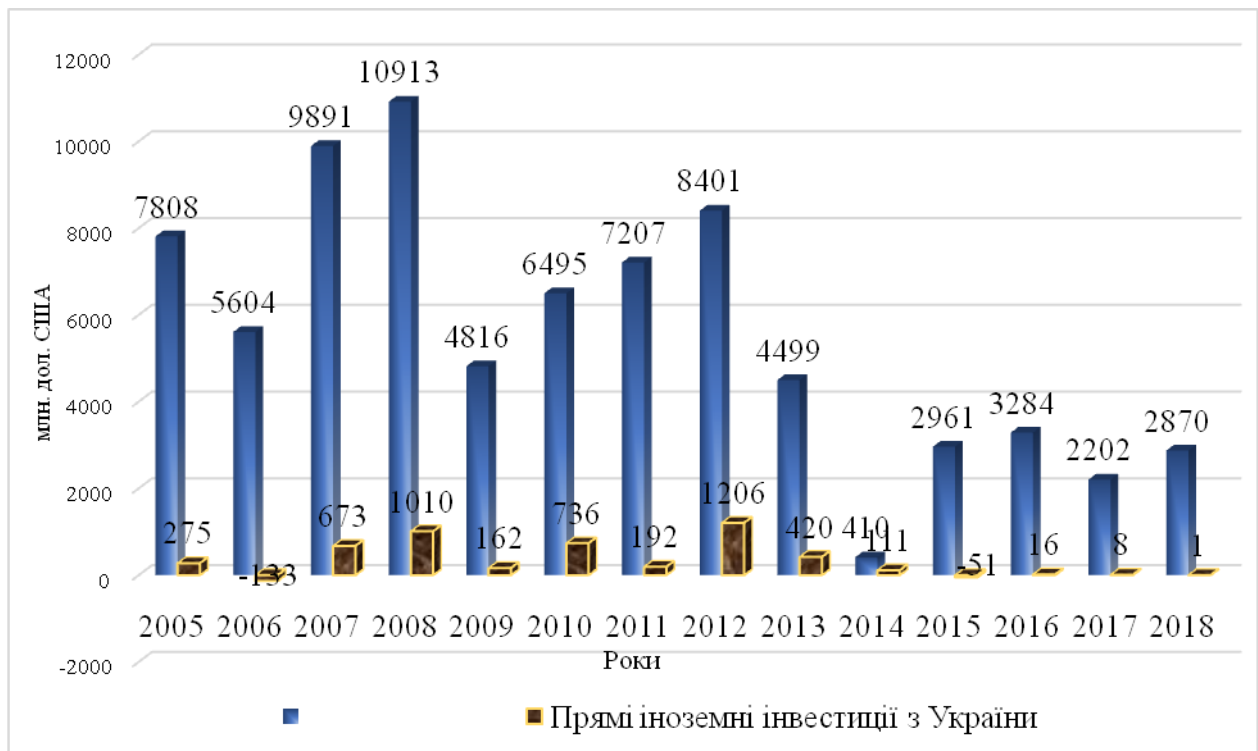


Рисунок 1 – Динаміка надходження/вкладення прямих іноземних інвестицій в економіку України та з України впродовж 2005 – 2018 рр., млн дол. США

Джерело: розроблено на основі [2].

Щорічно Європейською Бізнес Асоціацією (ЄБА) проводиться оцінка інвестиційного клімату. Методологія дослідження включає в себе опитування, яке включає 5 основних питань на які відповідають більше ніж ста керівників найбільших компаній. Для оцінки результатів ЄБА використовує шкалу Лайкерта, яка має 5 градацій, де: 1 – негативно, 3 – нейтрально, 5 – позитивно.

За даними ЄБА за 2009-2018 рр. індекс інвестиційної привабливості маючи тенденцію до зростання покинув негативну площину (рис. 2). На це вплинув ряд позитивних чинників таких, як: прийняття нових законів, розвиток електронних сервісів, діджиталізація економіки, вільний доступ до державних даних, відносна стабільність національної валюти та рівня інфляції, початок проведення реформ в сфері освіти, медицини, сільського господарства, послаблення валютного контролю. Проте залишилися і негативні чинники, які

не дають індексу досягти максимальної позначки. До них відносять високий рівень корупції, відсутність земельної реформи, досить великий відсоток тіньової економіки, великий тиск контролюючих органів, воєнний стан на Сході країни, передвиборча кампанія та вибори Президента України, контрабанда, яка перешкоджає легальному веденню бізнесу тощо.

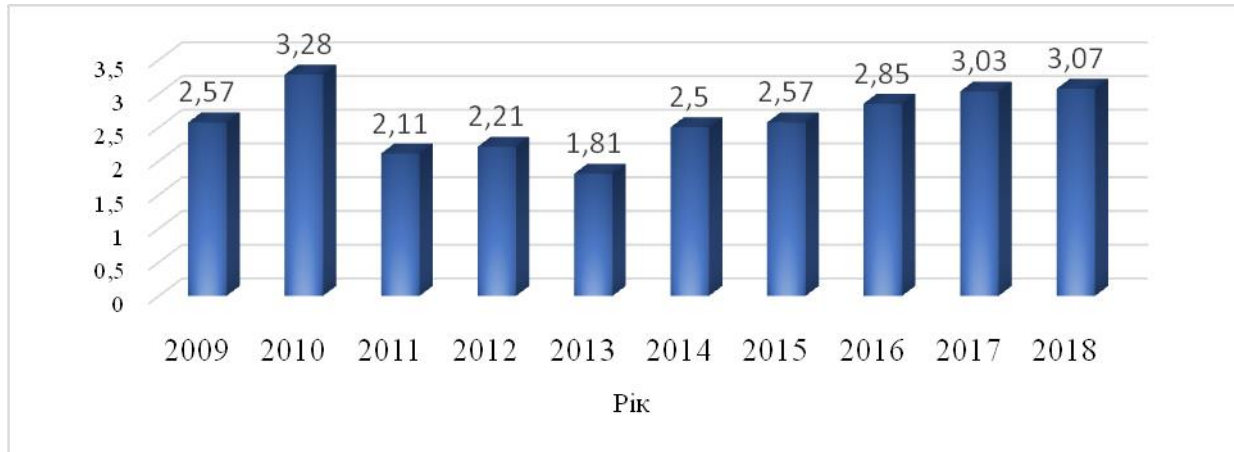


Рисунок 2 – Динаміка індексу інвестиційної привабливості України

Джерело: розроблено на основі [3].

У створенні сприятливого інвестиційного клімату на сьогодні Україна поступається країнам Центрально-Східної Європи. Головна причина прорахунків у залученні іноземних інвестицій полягає в тому, що в Україні досі немає системної політики з формування інвестиційного клімату. Іноземні компанії, які планують інвестувати в Україну, розуміють, що інвестування – це завжди дуже ризикований бізнес, тому його слід правильно оцінити. Ризик, з яким стикаються компанії-інвестори, класифікують за трьома групами: комерційний, додатковий, зумовлений особливостями інвестиційного клімату у певні країни (зокрема, в Україні).

Зростання частки іноземних інвестицій у ВВП позитивно впливає на його динаміку та сприяє економічному розвитку країни. Водночас зниження частки інвестицій у ВВП зумовлює його зменшення. Більше того, подальше зниження інвестицій та їх частки у ВВП призведе до стрімкого падіння економіки та ще більше погіршить інвестиційний клімат у країні, її інвестиційну привабливість. З метою залучення інвестицій потрібно упродовж 2-3 років

підтримувати стабільне економічне зростання, щоб заповнити інвесторів у поліпшенні інвестиційного клімату та зниженні ризику.

Серед загальних напрямів сприяння інвестиційній діяльності можна визначити наступні: окреслення пріоритетних сфер та об'єктів інвестування; наявність бюджетного, податкового та кредитного регулювання; проведення гнучкої амортизаційної політики; здійснення експертизи інвестиційних проєктів; регулювання участі інвесторів у приватизації; забезпечення захисту інвестицій; залучення іноземних інвестицій та їхнє регулювання за межами країни. Важливим елементом формування позитивного інвестиційного клімату в Україні є активізація співпраці з міжнародними економічними інституціями, вплив яких на фінансові потоки в системі світового господарства досить значний.

Список використаної літератури

1. Данилишин Б.М., Корецький М.Х., Дацій О.І. Інвестиційна політика в Україні : монографія. Донецьк : Юго-Восток, ЛТД, 2006. 292 с.
2. Офіційний сайт European Business Association. URL: <http://www.eba.com.ua/uk> (дата звернення 13.10.2019).
3. Офіційний сайт Державний комітет статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm (дата звернення 28.11.2019).
4. Пересада, А, А, Управління інвестиційним процесом. Київ : Лібра, 2002. 472 с.
5. Струніна, В. Шляхи поліпшення інвестиційного клімату в Україні. *Економіка України*. 2001. № 9. С. 11-16.

*Грицина О.В., к.е.н., доцент,
завідувач кафедри фінансів, банківської справи та страхування,*

*Агрес О.Г., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Львівський національний аграрний університет
oksana_agres@ukr.net*

БАНКІВСЬКИЙ ТА СТРАХОВИЙ БІЗНЕС: ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Зростання конкуренції, інновації в напрямку та відповідність новим вимогам є все більшим викликом для банківського та страхового секторів. Проблеми, пов'язані з жорстокою конкуренцією, підкреслюються пропозиціями товарів, які можуть не відповідати потребам споживачів та розбіжним цілям ключових банків та страховиків. Аналізуючи факти, можна стверджувати що на ринку фінансових послуг, залишаються стійкіші. Зокрема, щодо банків: станом на 1 січня 2020 року в Україні нараховувалося 75 діючих банків, що на два менше у порівнянні з 1 січня 2019 року; кількість діючих структурних підрозділів за 2019 рік зменшилась на 507 - з 8509 до 8002 відділень. Ще п'ять років тому, кількість банків нараховувала 163 одиниці, а це на 88 од. більше станом на сьогодні [1]. Кількість страхових компаній теж має тенденцію до зменшення, зокрема, за дев'ять місяців 2019 року, порівняно з аналогічним періодом 2018 року, кількість компаній зменшилася на 51, або на 18% [2]. Таке стрімке скорочення банків та страхових організацій докорінно змінює господарські та фінансові відносини, спрямовуючи їх в сторону посилення взаємодії та поєднання різних типів фінансових інституцій. Тому досить доцільно дослідити такий вид співпраці як банкострахування.

Банківське забезпечення, надання полісів банками або кредитними установами, є однією з найбільш значущих змін, що відбулися в страховій галузі за останні роки. У широкому трактуванні bancassurance розглядається як інтеграція фінансових посередників - банків та страхових компаній з розподілу страхових продуктів через банківську мережу [3]. На нашу думку,

bancassurance— це взаємовигідна співпраця між банками та страховими компаніями, яка спрямована на залучення клієнтів з метою збільшення прибутку, конкурентоспроможності та довіри населення.

Дослідивши банківське страхування ми визначили, що воно пропонує безліч переваг для клієнтів, одна з яких - зручність. Банк - це єдине вікно для всіх фінансових потреб. Для банків та страхових компаній банківське страхування збільшує диверсифікацію доходів для банку та приносить більший обсяг та прибуток обом гравцям. Розглянемо ж, що являє собою взаємодія банків та страхових компаній для кожного з них.

Для банків це можливість:

- отримання додаткової комісійної винагороди;
- розширення клієнтської бази;
- зниження вартості послуг та можливості комплексного обслуговування будь-якого клієнта;
- отримання доступу до страхових резервів страхової компанії;
- мінімізації власних ризиків та зменшення витрат на ведення банківського бізнесу.

Страховій компанії ж вигідно здійснювати співпрацю з банком виходячи з наступних факторів:

- можливість отримання доступу до загальної бази клієнтів;
- використання бренду або репутації банку;
- зменшення витрат фінансових ресурсів на реалізацію страхових послуг;
- підвищення ефективності роботи мереж страховиків.

Нові канали дистрибуції страхових компаній - це наступна причина творення страхово-банківського співробітництва. Завдяки їй страхування стають більш конкурентоспроможними.

На рис. 1 відображено напрямки та способи реалізації банківських та страхових продуктів у їхній взаємодії та з метою максимізації прибутку.

На перший погляд здавалась б елементарна схема, проте доволі дієва. Адже, оцінюючи таку взаємодію на вітчизняному ринку бачимо, що у 2019 році

обсяг кредитів страхувальникам-громадянам, що видаються в порядку, визначеному Уповноваженим органом і погодженому з Національним банком України склав близько 0,53 млн.грн., (у 2018 році – 0,4 млн. грн.) [4].

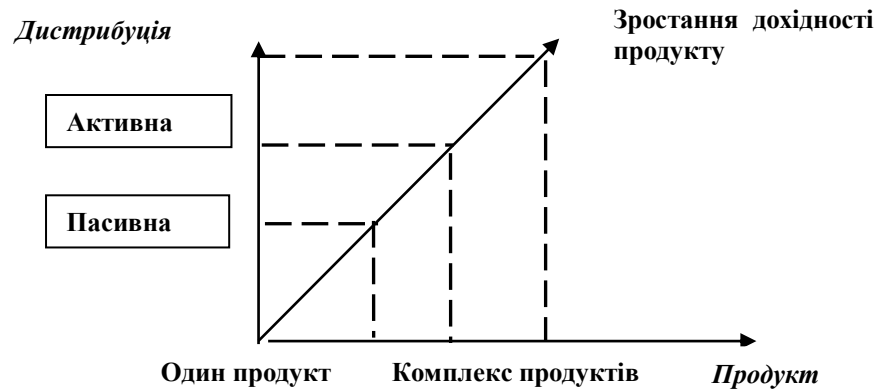


Рисунок 1 – Реалізація комплексу продажу продуктів через систему bancassurance

Джерело: [побудовано на основі джерела 3]

Оцінюючи співпрацю цих 2-х фінансових посередників на даному етапі розвитку варто зазначити, що великі банки, які спеціалізуються на наданні послуг фізичним та юридичним особам, такі як Приватбанк, Ощадбанк, Райффайзенбанк Аваль мають певний спектр страховиків партнерів.

Банки налагоджують співпрацю з успішними вітчизняними страховими компаніями, які лідирують за обсягами страхових премій, таким чином створюючи позитивне ставлення до продуктів, що продаються. Їхніми основними партнерами є МЕТ ЛАЙФ, РЗУУкраїна, АСКА – Життя, Уніка та інші [5].

Проте незважаючи на наявність таких партнерів, кредитна активність банків залишається все ще досить низькою, що викликано вузьким колом надійних позичальників, високим рівнем невизначеності розвитку економіки та завищених вартостей кредитних ресурсів.

Тут необхідно зазначити, що страховим компаніям потрібно особливу увагу звернути нанещодавно прийнятий закон, що передбачає так званий

«SPLIT», так як тепер контролювати їхню діяльність буде НБУ, а це означає, що буде ще важче втриматись на ринку в умовах і так жорстокої конкуренції. Отож, саме тут bancassurance відіграє важливу роль у їхній діяльності, тому що може стати одним із найголовніших факторів утримання їх на плаву.

Однією з основних послуг страхових компаній, які найбільш активно користуються банківськими установами, є страхування майна, яке передається компаніями як забезпечення для повернення позик. Зростає також попит на іпотечне та лізингове страхування, фінансування проектів та цивільно-правову відповідальність (іпотека, лізинг). Останнім часом важливе значення має страхування у наданні споживчого кредиту фізичним особам із поширенням цього виду страхування як предмета кредитування, а також життя та дієздатності позичальника. Тарифи страхових послуг у різних компаній приблизно однакові і часто відрізняються на соті частки відсотка. У цьому контексті на перший план виходять привабливість програми взаємодії з певною фінансовою структурою та грамотна співпраця з різними управліннями та відділами банку чи небанківської кредитної установи. Тому, забезпечуючи заставу, банки зосереджуються на страхуванні майна, обладнання та обладнання і практично ігнорують страхування фізичних осіб - менеджерів компанії, які дуже часто дають особисту гарантію повернення позики. Крім того, термін договору страхування фізичних осіб повинен відповідати терміну договору страхування майна, тобто, як мінімум, на два місяці довший терміну дії договору кредитування.

Активність на ринку споживчих кредитів останнім часом значно зросла. Багато банків активно кредитують споживачів на автомобілі чи обладнання. У цьому випадку обидві сторони зацікавлені у тому, щоб людина вчасно виконала свої зобов'язання. Страхова компанія може запропонувати свої послуги як продавцям, так і кредиторам. Пакет страхових послуг знову буде всебічним, включаючи страхування від пожежі, повені, механічного впливу, протиправних дій третіх осіб, страхування життя та нещасних випадків прямого позичальника, тобто фізичної особи. Співпраця банківських та страхових

структур у сфері обміну та розширення клієнтської бази набуває все більшого значення. Усвідомлення банком діяльності конкурентів, потреб та уподобань клієнтів має особливе значення для роботи підрозділів обслуговування клієнтів.

За сучасних умов розвиток bancassurance в майбутньому може стати потужним фундаментом для подальшого стабільного зростання, формування прозорого фінансового ринку, де основними пріоритетами стане захист інтересів громадян та зміцнення довіри до страхування як засобу захисту суспільства від нових викликів і підвищення добробуту населення в цілому.

На нашу думку, домінуючими напрямками розвитку bancassurance в Україні повинні бути: зростання довіри клієнтів; удосконалення законодавчої бази; збільшення конкурентоспроможності як банків так і страхових компаній; обов'язкове інформаційне забезпечення потенційних клієнтів.

Список використаної літератури

1. Кількість банків в Україні (2008-2020)[Електронний ресурс] // Мінфін – Режим доступу до ресурсу: <https://index.minfin.com.ua/ua/banks/stat/count/>
2. Кількість страхових компаній в Україні зменшилась на 18% [Електронний ресурс] // Finpost– Режим доступу до ресурсу: <https://finpost.com.ua/news/15582>
3. Лилик О. Bancassurance та перспективи його розвитку в Україні // Вісник НБУ -2017. № 2 (132). С. 32-34.
4. Офіційний сайт Національного банку України[Електронний ресурс] // НБУ– Режим доступу до ресурсу: <https://bank.gov.ua>
5. Харламов П., Бутенко О. Гонка на виживання: рейтинг страхових компаній[Електронний ресурс] // Mind. 2019.– Режим доступу до ресурсу <https://mind.ua/publications/20172756-gonka-na-vizhivannya-rejting-strahovih-kompanij-2019>>

*Гуменюк І. М. викладач кафедри соціальної
роботи та психології*

*Подільського спеціального навчально-реабілітаційного
соціально-економічного коледжу,
gumenyuk.inna2017@gmail.com*

УКРАЇНИ В УМОВАХ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

В умовах глобалізації та швидких технологічних змін, все більше держав та підприємств залучається до інноваційної політики. Про це свідчить зростання з кожним роком на світовому ринку частки наукоємних товарів та послуг.

Досвід країн Європи слугує підтвердженням, що інновації є інструментом стимулювання розвитку економіки. В той же час, кожна держава формує свою інноваційну політику. Держави з розвиненою економікою прагнуть удосконалювати технології шляхом радикальних інновацій, тобто впроваджувати на глобальний ринок товари, послуги, технології, які є новими. Для держав з економікою, що реформується чи розвивається інноваційна діяльність повинна зростати поступово і бути спрямованою на перейняття досвіду й наслідування та здатною створювати умови, які стимулюють та підтримують інновації.

Європейська система оцінки інноваційної політики передбачає: обсяг продажу на ринку нових товарів, експорт високотехнологічної продукції та послуг, рівень зайнятості у високотехнологічних послугах, частка підприємств з інноваціями, частка торгових марок Європейського Союзу, наявність європатентів, взаємодія малих підприємств, витрати на інновації та науково-дослідні роботи, 130 наявність приватного кредитування та венчурного капіталу, рівень освіти молоді, рівень кваліфікації тощо[1].

Існуючі показники Європейської системи оцінки інновацій дозволили порівняти ефективність інновацій у країнах Європи та Україні. В цілому, ситуація в Україні є досить суперечливою: велика кількість випускників вищих

навчальних закладів, задовільні інформаційні та комунікаційні витрати, але низький рівень продажу товарів на ринку та високотехнологічного експорту.

Аналіз інноваційного процесу показує, що між інвестиціями у науково-дослідну діяльність та інноваціями відсутня механічна взаємозалежність. Нові товари та процесі стають результатом залучення до спільної діяльності багатьох підприємств та установ. Тому, інновації рідко є лише зусиллям одного підприємства. Це результат уряду різних країн спрямування своїх ресурсів на створення та зміцнення кластерів, зв'язків з науково-дослідними закладами, створення наукових центрів, технологічних парків, інноваційних центрів та бізнес-інкубаторів [2].

Для розвитку інновацій в Україні в умовах європейської інтеграції доцільно:

1) уряду створити сприятливі умови для комерціалізації науково-дослідних робіт. У більшості європейських університетів та державних науково-дослідних установ відділи трансферу технологій допомагають науковцям оцінити комерційний потенціал їх наукових результатів, запатентувати їх, знайти партнерів, ліцензувати чи продати інтелектуальну власність, створити нові інноваційні підприємства. Понад 400 технологічних брокерів у Європейській мережі підтримки підприємництва у 45 країнах сприяють укладанню угод комерціалізації технологій між підприємствами та науково-дослідними установами. Створення таких передумов в Україні дозволить розвивати інновації та підтримувати бізнес, шляхом надання належного фінансування, необхідних інструментів, методик та знань [2].

2) створювати державні науково-дослідні та інноваційні програми, з врахуванням життєвого циклу інновацій, розподілом часу та ресурсів між фундаментальними дослідженнями, прикладними науками, навчанням науковців, технологічним розвитком і стадіями комерціалізації, а також залучати до програм підприємства, здійснювати моніторинг реалізації програм.

3) заохочувати науково-дослідні установи до комерціалізації прав інтелектуальної власності, які досліджувалися з бюджетним фінансуванням, з

метою отриманні прибутків науковою установою. Створення центрів з трансферу технологій допоможе науководослідним установам оцінити комерційний потенціал їх досліджень, запатентувати їх, знайти партнерів для ліцензування або продажу [3].

4) стимулювати розвиток еко-інновацій, що дозволить збільшити енергоефективність будинків та транспорту, створювати відновлювальну енергію, замінити шкідливі матеріали безпечними та забезпечити переробку матеріалів [3].

5) розвивати інфраструктуру науково-дослідних установ, забезпечити їх сучасним обладнанням, що дозволить підвищити рівень досліджень та їх результативність, а також підвищить їх конкурентоспроможність на європейському ринку.

6) надавати державну фінансову та податкову підтримку підприємствам, що займаються інноваційною та науково-дослідною діяльністю шляхом часткової компенсації банківських кредитів, безвідсоткового кредитування пріоритетних інноваційних проектів, впровадити пільгове оподаткування новоствореним підприємствам, що реалізують або експортують високотехнологічну продукцію, які придбали нові технології, на час науково-дослідних робіт.

7) розробити міжнародні стандарти якості товарів та послуг. Привести українські стандарти ДСТУ до європейських стандартів, що сприятиме появі нових товарів та послуг, подолати бар'єри, що заважають експорту української продукції.

8) збільшити обсяг фінансування, підняти авторитет науки в українському суспільстві.

Список використаної літератури

1. Єгоров І.Ю. Методичні рекомендації щодо адаптації індикаторів Європейського інноваційного табло до умов України / І.Ю. Єгоров, Ю.О.Рижкова // Статистика України. 2012. № 4. С. 28–37.

2. Савченко В.Ф. Бізнес-інкубатори як інструмент державної підтримки розвитку малого підприємництва // В.Ф. Савченко, М.Г. Долгополов. Науковий вісник Полісся. №4(8). 2016.

3. Інноваційна політика: європейський досвід та рекомендації для України. Т. 3. Київ. Фенкс, 2011. 76 с.

4. Сприяння розвитку інноваційної системи України через парламентські слухання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blogs.korrespondent.net/blog/politics/3832192/>

Гуменюк І. М., викладач кафедри соціальної роботи та психології

*Подільського спеціального навчально-реабілітаційного соціально-економічного коледжу
gumenyuk.inna2017@gmail.com*

Палилюцько О.М., к. і. н., викладач кафедри соціальної роботи та психології

*Подільського спеціального навчально-реабілітаційного соціально-економічного коледжу
Palelulko@ukr.net*

ПРОБЛЕМИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ В УМОВАХ ФІНАНСОВОЇ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ

Інноваційно-технологічна безпека визначається здатністю створювати позитивні зрушення в економіці. Сировинна та олігархічна економіка не здатні до інноваційного розвитку. Вони стримують розвиток країни та реформування децентралізації регіонів. Підприємства не завжди зацікавлені випускати екологічну, інноваційну, безпечну харчову продукцію, а населення її придбати, у зв'язку з тим, що існує низька купівельна спроможність. Ось чому, актуальним для країни є створення інноваційно-інвестиційної моделі розвитку, забезпечення населення якісною, екологічною, інноваційною продукцією, що

дозволить підвищити рівень життя і зростання ВВП, забезпечить незалежність і безпеку країни.

Актуальні питання інноваційного розвитку в АПК регіонів широко висвітлені у роботах Андрейченко А.В., Самофатова В.А., Кропівко М.Ф. та багато інших. Незважаючи на це, проблема створення інноваційного механізму не розроблена до кінця. Особливої уваги викликає необхідність теоретичної розробки механізму, який би стимулював харчові підприємства випускати безпечну та корисну харчову продукцію.

Фінансова децентралізація регіонів передбачає наповнення місцевих бюджетів, перевищення витрат. Це передбачає пошук найбільш ефективних витрат, які здатні приносити значні надходження і забезпечити розвиток регіону у майбутньому. Ресурс наповнення місцевих бюджетів за рахунок продажу земель майже Немченко Г.В. Проблеми інноваційного розвитку регіонів в умовах фінансової децентралізації вичерпаний.

Неможливо безмежно, нескінченно поповнювати бюджет за рахунок продажу землі, ціна якої іноді «навмисно» знижується і сприяє розвитку корупції. Плата за землю повинна йти на покращення її стану, на природоохоронні заходи. Найважливішим джерелом наповнення бюджету повинна стати інноваційна діяльність, що забезпечить стабільне зростання економіки регіону. Це не суперечить створенню інноваційно-інвестиційної моделі розвитку держави.

Відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність», інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоздатні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери. Відповідно до ст. 6 цього Закону державне регулювання інноваційної діяльності, здійснюється шляхом: визначення і підтримки пріоритетних напрямів інноваційної діяльності державного, галузевого, регіонального і місцевого рівнів; формування і реалізації державних, галузевих, регіональних і місцевих інноваційних програм;

створення нормативно-правової бази та економічних механізмів для підтримки і стимулювання інноваційної діяльності; захисту прав та інтересів суб'єктів інноваційної діяльності; фінансової підтримки виконання інноваційних проектів; стимулювання комерційних банків та інших фінансово-кредитних установ, що кредитують виконання інноваційних проектів; встановлення пільгового оподаткування суб'єктів інноваційної діяльності; підтримки функціонування і розвитку сучасної інноваційної інфраструктури [7,8].

Згідно з даними Укрстату у 2019 році інноваційною діяльністю в промисловості займалися 16,2% обстежених підприємств.

Щодо напрямів інноваційної діяльності підприємств України, то понад половина підприємств з технологічними інноваціями придбали машини, обладнання та програмне забезпечення для виробництва нових або значно поліпшених продуктів та послуг. Однак, зазвичай, обладнання купується вже таке, яке списують за кордоном – слабкий контроль за якістю обладнання, не зважаючи на тендери.

Важливе значення у створенні інноваційної моделі розвитку і наповненню бюджетів регіонів і країни відводиться кластерам. Ось чому, заслуговує думка В.А. Самофатової, яка розглядає кластер як «об'єднання активних та зацікавлених структур у певній галузі для підвищення конкурентоспроможності продукції, збільшення прибутковості, мінімізації стримуючих факторів і розвитку галузі загалом» [3].

На нашу думку, кластери не завжди будуть ефективними і життєздатними, так як кооперація повинна бути не тільки між галузями у рамках одного кластеру або регіону, а всієї країни. Така кооперація дозволить вирішувати і екологічні проблеми (наприклад, утилізацію відходів). Не випадково, А.В. Андрейченко пише: «Кооперування підприємств різного профілю, при якому відходи одного підприємства (або галузі) стають вихідною або допоміжною сировиною іншого підприємства (або галузі), утворюючи взаємно пов'язану систему матеріальних потоків, є ефективним засобом

перетворення відходів на «незавершене виробництво», принаймні в масштабах галузі, або країни, або її регіону» [1].

Досягти ефективної кооперації дозволить цифрова економіка. В цьому ж напрямку буде «працювати» і наука, яка не обов'язково повинна існувати у рамках тої або іншої території кластера. Наукова установа може знаходитись віддалено і в умовах цифрової економіки обслуговувати декілька кластерів. Кластер, хоча і сприяє розвитку АПК, але він не здатен підтримати інноваційні технології, які не входять до нього, а лише «окремих» видів агропродовольчої продукції і не можуть сприяти формуванню інноваційної структури регіону.

В країнах ЄС регіональна політика у старому розумінні не використовується з 2010 року. На її зміну прийшла концепція регіональної політики з інноваційним інструментом досягнення – смарт спеціалізацією, яка сприяє структурним змінам в економіці регіонів [4]. Поки що смарт-спеціалізація не застосовується в умовах фінансової децентралізації і консервує застарілу структуру економіки. Особливо негативно впливають кластери в умовах застарілої економічної структури регіонів, гальмують розвиток у бік нових інноваційних галузей.

Не може бути ефективним кластер, який орієнтується на виробництво одного продукту і на експорт. Такий кластер може сприяти монополізму і сировинному, монокультурному напрямку розвитку. Ось чому, вчені Інституту аграрної економіки вважають доцільним надавати можливість агрохолдингам створювати кластери, обмежуючи їх діяльність антимонопольним законодавством і загальною системою оподаткування [2].

На мою думку, створення об'єднання взаємопов'язаних сільськогосподарських та харчових фірм, інститутів у регіоні стане ефективним лише у тому випадку, якщо до такого кластеру буде входити банківська або парабанківська структура, яка зможе прийняти участь у фінансуванні виробництва високоякісних, екологічних, інноваційних продуктів.

Все це свідчить, що сьогодні у розробці і розбудові інноваційно-інвестиційної моделі країни зобов'язані приймати участь держава і регіони, громади, використовуючи індикативне планування.

Регіональна економіка, фінансова децентралізація передбачає самофінансування соціальних програм. У той же час, фінансова децентралізація не виключає надання дотацій від держави. Важливе значення займає питання – за яким принципом повинна надаватись допомога?

Така допомога, з одного боку, повинна реально підтримувати регіон, забезпечив ефективне використання наданих державних коштів, а з іншого – виключити корупцію. На наш погляд, умовою отримання субсидій від держави повинна стати підтримка малого та середнього бізнесу і в першу чергу інноваційної діяльності і створення ефективних інноваційних і екологічних проектів у регіонах, де витрати місцевого бюджету недостатні.

У результаті дослідження були отримані наступні висновки:

1. Найважливішим джерелом наповнення бюджету повинна стати інноваційна діяльність, що забезпечить стабільне зростання економіки регіону. Ані Національний фонд досліджень України, ані гранти не здатні сьогодні реально сприяти інноваційному розвитку країни та регіонів. Створення кластерів позитивно впливає на інноваційний розвиток регіонів. У той же час кластери іноді можуть стримувати вирішення екологічних проблем, сприяти монопольному, монокультурному розвитку, не здатні підтримувати інноваційні технології, які не входять до нього.

2. Важливим показником інноваційної діяльності підприємства повинен стати ефект від інновацій. Для чого необхідно планувати ці показники і доводити до підприємств, коли держава та регіони (разом або окремо) будуть робити вигідні для них замовлення, враховуючи ефект від інновацій, обираючи найбільш важливі та корисні харчові продукти та технології на конкурсній основі.

3. Необхідно розробляти такі харчові продукти, інгредієнти яких були би корисні для людини. Все це передбачає «союз» харчової промисловості і

охорони здоров'я, тобто медична експертиза зобов'язана «доповнюватись» економіко-екологічною.

4. Умовою отримання субсидій від держави повинна стати підтримка малого та середнього бізнесу і в першу чергу інноваційної діяльності і створення ефективних інноваційних і екологічних проектів у регіонах, де витрати місцевого бюджету недостатні.

Список використаної літератури

1. Закон України: «Про інноваційну діяльність» // Відомство Верховної Ради України. М. Київ: Президент України, 2002. 19 с.
<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15>

2. Держпідтримка аграрного сектора: хочеться допомогти, але немає кому. // «Дзеркало тижня. Україна»: [Веб-сайт]. 2018. URL: https://zn.ua/ariculture/gospodderzhkaagrarnogo-sektora-hochetsya-pomoch-ponekomu-298340_.html (дата звернення: 26.10.2018).

3. Самофатова В.А. Сталий розвиток агропродовольчої сфери регіону: теорія, методологія, управління: монографія. Одеса : Астропринт, 2018. 312 с.

4. Андрейченко А.В. Науковоекономічні основи розвитку безвідходного агропромислового виробництва: монографія. Одеса : Фенікс, 2018. 362 с.

*Деділова Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки і підприємництва
Харківський національний автомобільно-дорожній університет
dedilova@ukr.net*

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ДОРОЖНЬОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Створення, підтримання належного функціонування та розвиток розгалуженої мережі автодоріг як невід'ємної складової транспортно-дорожнього комплексу (ТДК) України – це основне призначення вітчизняного

Укравтодору. Саме основна виробнича діяльність підприємств дорожнього господарства є каталізатором досягнення перспективних стратегічних соціально-економічних цілей держави на макро- та мікрорівнях шляхом забезпечення сталого народногосподарського ефекту, опосередкованого у ВВП, ринкових цінах, видатках та доходах бюджетів усіх рівнів, обсягах вантажних та пасажирських перевезень тощо.

Ідентифікація основних напрямів розвитку підприємств дорожнього господарства встановила наступний перелік: взаємозв'язок з національною економікою; нормативно-правове регулювання діяльності; ринок будівельно-монтажних робіт; фінансування; інноваційна діяльність; ресурсозбереження; виробнича діяльність; продукція. Цей перелік містить окремі групи факторів, що об'єднані за фінансово-економічною, інвестиційною, ресурсною, техніко-технологічною ознаками тощо. В цілому, означені фактори розвитку можна виділити за двома групами: екстенсивні (фактори, що відображають збільшення кількості ресурсів виробництва) і інтенсивні (фактори, що відображають використання інновацій).

Дорожнє господарство – одна з не багатьох сфер економіки, що має в розпорядженні власне джерелом фінансування програм робіт з будівництва, реконструкції, утримання автодоріг, а також володіє єдиним механізмом накопичення й розподілу фінансових ресурсів, розвиненою мережею користувачів на макро-, мезо- та мікрорівнях. За ринкових умов зміна джерел фінансування проектів дорожнього будівництва призводить до суттєвих змін в організації дорожнього господарства на кожній із фаз його життєвого циклу. Отже, така структура управління дорожнім господарством України потребує подальшого впровадження реформ з боку держави й корпоративних структур.

Основними напрямками з реалізації заходів з реформування дорожнього господарства України можуть бути наступні:

– децентралізація системи управління – передача доріг місцевого значення разом з джерелами фінансування місцевим органам влади.

Децентралізація експлуатаційних потужностей шляхом ліквідації ПАТ «ДАК «Автомобільні дороги України» та передачі об'єктів на місцевий рівень;

- виділення необхідних коштів для фінансування та їх розподіл новоствореною Службою Державних Дорог, що передбачає укрупнення САДів у 8-10 Упродорів, які є територіальними підрозділами СДД;

- поступовий допуск на ринок експлуатації нових гравців – приватних підрядників – шляхом аутсорсингу цих робіт, запровадивши контракти з виплатами за кінцевим результатом (OPRC). Запровадження довгострокових контрактів на будівництво та одночасну подальшу експлуатацію автодороги;

- створення Державного та Територіальних дорожніх фондів як напрямку реформування системи експлуатації автошляхів. Введення плати за проїзд з вантажних авто з вагою, що перевищує 12 тон. Впровадження механізму концесії та ДПП з метою залучення інвестицій в галузь;

- розробка незалежної системи контролю якості та аудиту всіх дорожніх робіт, залучення незалежних компаній з інжинірингу;

- впровадження механізмів надання та дотримання фінансових гарантій якості з перестрахованням ризику банкрутства підрядної організації;

- контроль з боку громадськості, прозорість та інформування останньої, а також користувачів про плани і виконання робіт з будівництва, ремонту та експлуатації автодоріг.

З цією метою в Україні розроблені фактично всі необхідні інструменти для створення ефективної системи реформування дорожньої галузі, яка дозволить:

- зменшити витрати коштів та часу на прийняття ефективних управлінських рішень щодо забезпечення безпечних умов руху на існуючих автомобільних дорогах;

- оптимально спрогнозувати необхідні фінансові ресурси для утримання мережі доріг в межах кожної області;

- об'єктивно інформувати всі зацікавлені організації та суспільство про стан автомобільних доріг та дорожню обстановку [1].

В цьому контексті стимулювання розвитку дорожньої галузі повинно проводитися за такими напрямками:

- розробка та затвердження Програми розвитку дорожнього господарства України;
- проведення аудиту українських стандартів з проектування, будівництва, ремонту та експлуатаційного утримання автодоріг щодо їх відповідності європейським стандартам, адаптування сучасної нормативної бази до європейських вимог;
- створення єдиної інформаційно-аналітичної системи управління автомобільними дорогами загального користування з доступом громадськості до інформації щодо стану та екологічної безпеки автомобільних доріг;
- впровадження та забезпечення життєдіяльності системи автоматизованого контролю за дотриманням норм вагового навантаження для автодоріг загального користування.

Список використаної літератури

1. Юрченко О. В. Дослідження основних еколого-економічних проблем дорожньої галузі України / О.В. Юрченко // Молодь та інновації : Міжнародна науково-практична конференція, 27–29.05.2015 р. : тези доп. Горки, Республіка Білорусь, 2015. – С. 180–184.

*Джеджула В. В. д.е.н., професор
професор кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет*

*Єпіфанова І. Ю. д.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет
epifanovairene@gmail.com*

СКЛАДОВІ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В цілому, фінансове забезпечення розглядають як у вузькому, так і в широкому розумінні. У вузькому розумінні під фінансовим забезпеченням розуміють систему фінансування, яка може здійснюватися через різні форми та методи. Найпоширенішим в такому контексті є визначення фінансового забезпечення інноваційної діяльності як комплексу методів та важелів впливу на інноваційну діяльність, який реалізується в різних формах через відповідну систему фінансування [1]. Виходячи з вузького розуміння фінансового забезпечення, основними складовими фінансового забезпечення інноваційної діяльності є: методи та форми фінансування, важелі впливу на інноваційну діяльність, джерела надходження коштів, моніторинг і контроль за фінансуванням інноваційної діяльності[2].

У широкому розумінні під фінансовим забезпеченням розуміють систему фінансових відносин, які реалізуються через сукупність законодавчо закріплених форм і методів створення, мобілізації та використання фондів фінансових ресурсів як на рівні підприємства, так і на рівні країни.

Основними складовими системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності є: суб'єкти, об'єкти, методи фінансування, форми фінансування, важелі впливу на інноваційну діяльність, моніторинг і контроль за фінансуванням інноваційної діяльності.

Найважливішим завданням суб'єктів господарювання на різних рівнях є ефективне використання фінансових ресурсів у ході здійснення інноваційної діяльності.

Фінансове забезпечення інноваційної діяльності передбачає реалізацію заходів із залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для фінансування нововведень підприємства. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність» джерелами фінансового забезпечення цієї діяльності є: кошти Державного бюджету України; кошти місцевих бюджетів; власні кошти спеціалізованих державних та комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України [3].

Важливу роль в системі фінансового забезпечення відіграють фінансові важелі впливу, які можуть мати як пряму (зокрема вкладення в розвиток державного сектора економіки), так і непряму (за рахунок податкової політики) дію. Фінансові важелі є сукупністю бюджетних, податкових, кредитно-грошових важелів, які є засобами реалізації фінансової політики держави та впливу уряду країни на господарські процеси з метою активізації її економічного розвитку [4].

Фінансовими стимулами виступають:

- податкові пільги, повне та часткове без відсоткове бюджетне кредитування пріоритетних інноваційних проектів;
- повна або часткова компенсація відсотків, які сплачуються суб'єктами інноваційної діяльності комерційним банкам та іншим фінансово-кредитним установам за рахунок бюджетних коштів;
- надання державних гарантій комерційним банкам, які здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів,
- податкові канікули, відстрочки зі сплати податків, фінансування структурної перебудови економіки.

Ефективність застосування фінансових ресурсів залежить від сприятливості умов для їх активного використання. До важелів, які б сприяли в залученні наявних фінансових інструментів для поповнення інноваційного капіталу, відносять [5]:

- розвиток ринку цінних паперів інноваційних підприємств;
- стимулювання венчурного капіталу, франчайзингу;
- залучення іноземних інвестицій в інноваційну сферу;
- поліпшення режимів оподаткування та регулювання діяльності інноваційних підприємств;
- створення інноваційних кредитних ліній;
- створення механізмів гарантування та страхування інноваційних проектів;
- розвиток небанківських механізмів непрямого інвестування;
- розвиток лізингу та оренди державного майна;
- забезпечення механізмів взаємодіювання та кооперації інноваційних підприємств.

Таким чином, фінансове забезпечення інноваційної діяльності передбачає реалізацію заходів із залучення необхідного обсягу фінансових ресурсів для фінансування нововведень підприємства.

Узагальнюючи проаналізовані підходи, фінансове забезпечення інноваційної діяльності промислових підприємств можна визначити як сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами інноваційної діяльності з приводу формування і ефективного використання традиційних та альтернативних джерел фінансових ресурсів з метою отримання максимального економічного ефекту та підвищення інноваційного потенціалу підприємства із використанням принципів, методів і важелів впливу цих ресурсів на інноваційну діяльність.

Список використаної літератури

1. Возняк Г. В., Кузнєцова А. Я. Інноваційна діяльність промислових підприємств та способи її фінансування в Україні : монографія. К. : УБС НБУ,

2007. 183 с.

2. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.

3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 04.07.2002 № 40–VI, редакція від 05.12.2012 на підставі документа 4460–VI/ Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15/>

4. Мамонтова І. В. Проблеми використання фінансових важелів у забезпеченні розвитку економіки України. *Актуальні проблеми економіки*. 2011. № 6. С. 43–47.

5. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку України [Електронне видання] : монографія [М. І. Диба, О. М. Юркевич, Т. В. Майорова, І. В. Власова та ін.]; за ред. М. І. Диби, О. М. Юркевич. К. : КНЕУ, 2013. 425 с. URL: <https://kneu.edu.ua/>.

*Дибчук Л.В., к.і.н., доцент
завідувач кафедри маркетингу та підприємництва
Вінницький кооперативний інститут, Україна
important@email.ua*

РОЛЬ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Одним із шляхів удосконалення системи управління персоналу є підвищення інноваційної сприйнятливості персоналу, необхідної для збільшення продуктивності і прибутку компаній і підприємств. Однак цей процес гальмується рядом організаційно-економічних умов: брак інвестицій у даній сфері діяльності, нестабільність фінансово-кредитної сфери, корупційна складова тощо. В результаті, керівники компаній часто не приділяють належної уваги системі управління персоналу як дієвому механізму підвищення

ефективної діяльності підприємства. Також не сприяє підвищенню сприйнятливості технологій системи управління персоналу ситуація з роз'єднаністю і слабкою доступністю наукових баз даних в Україні. Якщо в світовому співтоваристві існують узагальнені адаптовані електронні бази даних бібліотек, то в Україні є лише невеликі обсяги баз даних у ряді університетів та в державних бібліотеках і то матеріал не завжди є у відкритому доступі.

Робляться лише перші кроки до втілення програми «Створення єдиного каталогу» публічних бібліотек України, єдиного читацького квитка, оптимізації мережі бібліотек, оптимізації фондів бібліотек, створення системи захисту авторських прав при оцифруванні та інших важливих аспектів, що допоможуть вирішити проблеми активності публікацій.

Існують різні підходи до пріоритетів досліджень окремих підсистем управління персоналом. Зокрема, найбільш цитовані статті з сайту Harvard Business Review [2] за темою управління персоналом кажуть про: корпоративну культуру, що відповідає підсистемі трудових відносин; підвищення комунікативного потенціалу керівників, що відповідає підсистемі розвитку кадрів; про заробітну плату, що відповідає підсистемі аналізу і розвитку способів стимулювання праці; про делегування повноважень, що відповідає підсистемам управління та обліку кадрів та розвитку кадрів; про персонал, що відповідає підсистемі трудових відносин; про робоче місце, що відповідає підсистемі умов праці; про взаємовідносини персоналу та налаштування на успіх, що відповідає підсистемам трудових відносин та розвитку кадрів; про мистецтво спілкування і переконання, що відповідає підсистемам трудових відносин та розвитку кадрів.

Тоді як в більшості інформаційних ресурсів недостатньо відображені питання соціальних та юридичних відносин, ймовірно передбачається, що висока заробітна плата дає можливість вирішувати самим ці питання. Однак, цілеспрямоване вирішення даних питань в компанії дозволить підвищити ефективність роботи персоналу за рахунок збільшення активної частки робочого часу.

Увітчизняних джерелах аналогічно комплексна система управління персоналом представлена лише в деяких публікаціях. Має місце інформація щодо вдосконалення набору і контролю персоналу - відповідно це відноситься до таких підсистем, як управління та обліку кадрів; планування прогнозування і маркетингу персоналу. Однак відсутнє комплексне відображення система управління персоналом, яке дозволяє показати всебічний вплив на персонал і, що найважливіше, на його інноваційну сприйнятливість.

Керівникам підприємств слід приділяти увагу комплексності системи управління персоналом і формувати заходи за такими напрямками: методика підвищення лідерських якостей, наукові методи управління підприємством в рамках ресурсу бізнес-освіти Master Business Administration (МВА). Це відноситься до наступних підсистем: управління та обліку кадрів; планування, прогнозування і маркетингу персоналу; розвитку кадрів; аналізу і розвитку способів стимулювання праці, розвитку соціальної інфраструктури; розробки організаційної структури управління. Система управління персоналом в тій чи іншій мірі взаємопов'язана, організована і сама по собі є активним елементом інноваційної сприйнятливості персоналу підприємства.

Зокрема, підсистема умов праці, спрямована на створення комфортних психофізіологічних, ергономічних і безпечних для життя і здоров'я умов праці персоналу, вона позитивно впливає на продуктивність праці, а також на зацікавленість в роботі, тим самим підвищуючи сприйняття персоналу до інновацій. Однак безпосередньо завдання з формування поля сприйняття не реалізовує. Необхідне відповідне формування завдань підсистеми і функцій з позиції інноваційно-орієнтованої системи управління персоналом.

Регулюванню групових і міжособистісних відносин в колективі, зняттю конфліктних і стресових ситуацій сприяє підсистема трудових відносин. Ця підсистема, спрямована на формування сприйнятливої психологічного клімату, має позитивний вплив на рівень інноваційної сприйнятливості, оскільки спрощуються і поліпшуються комунікаційні канали, як наслідок, знижуються бар'єри для поширення інформації за даними каналами, що сприяє

також створенню неформальних каналів в системі управління персоналом. Дана підсистема може брати участь в реалізації інновацій з точки зору «інформаційного пошуку для вирішення виробничої задачі», «формування інформації про нововведення в рамках підприємства».

За підбір, облік, переміщення також підвищення кваліфікації персоналу відповідає підсистема управління кадрами. Вона максимально може впливати на інноваційну сприятливість персоналу, повинна бути націлена на підбір фахівців, які будуть підсвідомо орієнтовані на пошук і формування пріоритетних інформаційно-інноваційних потоків, тим самим створюючи банк альтернатив для підприємства. Основною її функцією, що має суттєвий вплив на сприйняття інновацій, є аналіз і оцінка кадрового потенціалу, оскільки це є основою для розвитку інноваційного потенціалу всього підприємства. Ця підсистема, виходячи з поточної ситуації, може формувати перелік потреби в кадрах, зокрема інноваційно-орієнтованих, що дає сигнали для підсистеми найму і обліку персоналу, щоб при відборі кандидатів враховувалась вимога їх інноваційної спрямованості. Також вона дає імпульс підсистемі розвитку кадрів з метою орієнтації персоналу за обраним вектором розвитку відповідно до місії організації[3].

Підвищувати освітньо-кваліфікаційний рівень персоналу дозволяє підсистема розвитку кадрів, проводити своєчасні ротації та кадрове зростання працівників, сприяє швидкій адаптації співробітників до конкретних умов підприємства, може позитивно впливати на інноваційну сприйнятливість. Однак, якщо на підприємстві не ведеться пропаганда щодо необхідності інноваційних змін, ефективність даного впливу з погляду сприйняття інновацій буде перебувати на низькому рівні, тобто розвиток кадрового потенціалу, швидше за все, не буде направлений за інноваційним вектором.

На ефективне управління трудовою мотивацією, розробку способів морального і матеріального стимулювання з метою підвищення продуктивності праці спрямована підсистема розвитку і аналізу способів стимулювання праці. Сприяє кореляції особистих цілей і цілей організації для максимальної

зацікавленості в результаті своєї праці, а також є мотиваційним фактором для персоналу за наявності інноваційного вектору. Ця підсистема проявляє себе в реалізації більшості завдань з формування умов сприятливого середовища. Дана підсистема виступає каталізатором процесів пошуку інформаційно-інноваційних потоків з формування інноваційних ідей для вирішення проблем конкретного підприємства.

На створення максимально комфортних умов діяльності, на розвантаження працівників з точки зору забезпечення їх комплексного відпочинку, тим самим, даючи можливість перейти на рівень самореалізації, задоволення результатами своєї праці, самовираження, саморозвитку спрямована підсистема розвитку соціальної інфраструктури. Це сприяє всебічному розвитку працівника, що при наявності інноваційної установки на підприємстві може розширювати його поле інноваційної сприйнятливості. Необхідно переосмислити роль даної підсистеми з погляду постановки акцентів у формуванні інноваційно-орієнтованого персоналу.

Підсистема розробки організаційних структур управління повинна бути спрямована на створення, оптимізацію та зниження бюрократизації формальних каналів взаємозв'язку на підприємстві, а також на розробку організаційної структури підприємства, яка задовольняє і сприяє досягненню мети інноваційного розвитку підприємства. За наявності інноваційного вектору на підприємстві вона повинна забезпечити його своєрідними точками генерації і ретрансляції інформаційно-інноваційних потоків, в наслідок виникає первинне і вторинне поле сприйняття, яке буде поширювати інформацію про потенційні нововведення в рамках внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства[1]. Дана підсистема є однією з ключових у складі інноваційно-орієнтованої системи управління персоналом, оскільки саме через цю підсистему відбувається закріплення завдань і повноважень окремо взятого структурного елемента.

Список використаної літератури

1. Дюжев В.Г. Формування організаційно-економічних умов підвищення

інноваційної сприйнятливості підприємств до технологій нетрадиційної відновлюваної енергетики : дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук : 08.00.04 / МОН України НТУ «ХПІ». Харків, 2016.- 515с.

2. Управление персоналом. Серия «Классика Harvard Business Review» / пер. с англ. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. - 272 с.

3. Dyuzhev, V.G., Boichenko, O.I., Bolshakov, D. Analysis of publishing activity on human resource management systems of enterprises in the bases of electronic resources in terms of influence over its innovative receptivity. sustainable development under the conditions of European integration: collective monograph / [editorial board Darko Bele, Lidija Weis, Nevenka Maher]. Ljubljana : VŠPV, Visoka šola za poslovne vede = Ljubljana School of Business, 2019. Part II. - P. 408

*Дубей Ю.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»
yuliya.dubey@gmail.com*

ГЛОБАЛЬНІ ВИКЛИКИ ІННОВАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО РОЗВИТКУ

Досвід розвинених країн світу свідчить, що запорукою та необхідною умовою забезпечення успішної та ефективної економічної діяльності як окремого підприємства, так і економіки країни в цілому, є розвиток та стимулювання інноваційної діяльності. Саме безперервність інноваційного процесу, дієва інтеграція науки і практики, широке впровадження інноваційних розробок у всі сфери життєдіяльності людей забезпечує конкурентні переваги в глобальному економічному просторі, формує необхідні стимули для постійного технологічного оновлення умов своєї діяльності, закладає підвалини для досягнення економічного успіху.

Реалії сьогодення свідчать, що маючи приблизно рівні стартові умови на початок ринкових трансформацій з країнами Східної Європи та, одночасно, суттєві стартові переваги (окрім Росії) порівняно із республіками колишнього СРСР, Україна значно відстала від країн-сусідів у ефективності свого розвитку. Фактично, всі країни Східної Європи та більшість пострадянських республік за рахунок більш прогресивних ринкових реформ знаходяться сьогодні на вищому від нашої країни щаблі своєї еволюції за показником ступеню інноваційності своїх економік.

Одним із найбільш інформативних індикаторів місця національної економіки в сучасній системі світового господарства є її значення індексу глобальної конкурентоздатності (Global Competitiveness Index, GCI), який у цілому спрямований на оцінку потенційних можливостей господарюючих суб'єктів відповідної країни на світових ринках. Тому для кращого розуміння основних причин суттєвого відставання України в потенціалі глобальної конкурентоздатності, звернемося до динаміки складових GCI за останні 5 років (див. табл. 1).

Таблиця 1

Індекс глобальної конкурентоздатності України за 2014–2018 рр.

Індекс глобальної конкурентоздатності	2014–2015	2015–2016	2016–2017	2017–2018
Базові вимоги	4,14	4,03	4,00	4,11
стан громадських та приватних установ	4,36	4,08	4,03	4,18
розвиненість інфраструктури	2,98	3,07	3,05	3,21
стабільність макроекономічного середовища	4,16	4,07	3,93	3,95
розвиток охорони здоров'я та початкової освіти	4,14	3,12	3,17	3,52
Фактори підвищення ефективності	6,14	6,06	5,95	6,02
вища освіта та навчання	4,11	4,09	4,04	4,09
ефективність ринків товарів	4,93	5,03	5,08	5,09
ефективність ринку праці	3,99	4,02	3,98	4,04
розвиток фінансових ринків	4,12	4,33	4,23	4,01
технологічна готовність	3,54	3,18	2,95	3,11
обсяг внутрішнього та зовнішнього ринків	3,50	3,45	3,58	3,83
Фактори інноваційності	4,58	4,54	4,40	4,49
розвиток бізнесу	3,41	3,55	3,53	3,5
інновації	3,66	3,70	3,62	3,72
	3,16	3,41	3,44	3,37

Складено за [1-2]

Із таблиці не складно зауважити, що найгірші позиції України спостерігаються, по-перше, в стані громадських і приватних установ, по-друге, в розвитку фінансових ринків та, по-третє, по всьому блоку факторів інноваційності – розвитку бізнесу та інновацій. Іншими словами, ключовими проблемами України, про які сигналізують показники Індексу глобальної конкурентоздатності, є недосконалість розвитку вітчизняних інституцій та вітчизняного інституційного середовища, з одного боку, та низька спроможність вітчизняного бізнесу впроваджувати інновації, яка підсилюється неефективністю фінансових ринків.

Дійсно, на відміну від економічної практики провідних країн світу, а також деяких країн сусідів України, в умовах економічної системи нашої країни не спостерігається інноваційного варіанту вкладання інвестицій. Звичайно, існувало, та й існує цілий комплекс причин об'єктивного характеру, які, по-перше, не мотивують вітчизняних суб'єктів вкладати свої кошти на інноваційних принципах, оскільки традиційний варіант інвестування, за інших рівних умов, дозволяв і, в значній мірі, дозволяє сьогодні отримувати достатні прибутки, та, по-друге, зменшують можливості вітчизняного бізнесу до прогресивних нововведень за рахунок, насамперед, обмеження доступу до дешевих фінансових ресурсів. Разом з тим, подібне антиінноваційне середовище України сьогодні є результатом і явних прорахунків в тактиці та стратегії економічних реформ. Одна із головних помилок, на наш погляд, має концептуальний характер – переоцінка можливостей механізмів саморегулювання вирішувати завдання структурного економічного розвитку, надмірне усунення держави від регулювання галузевих та відтворювальних пропорцій (особливо щодо співвідношення між фондами відшкодування, нагромадження і споживання сукупного національного продукту) та напрямів інвестиційних потоків національної економічної системи, а також фактичне припинення державної підтримки фундаментальних та прикладних досліджень.

У цьому відношенні ми цілком погоджуємося із Ю. Бажалом щодо його застережень про майбутнє тих країн, які не спроможні створити у себе умови для

власного інноваційно-технологічного розвитку. «Численні аналітичні розробки провідних міжнародних організацій демонструють безпрецедентне зростання впливу науки і нових технологій на соціально-економічний стан усіх країн. Отримано нові докази, що неспроможність здійснювати структурну перебудову національної економіки відповідно до вимог нової технологічної парадигми чи зволікання з проведенням таких структурних змін не просто гальмують розвиток країни, а й призводять до її економічної деградації» [3, с.15]

Таким чином, ефективність та сама можливість інноваційно-технологічного оновлення України багато в чому залежить від того, наскільки гнучким є наше суспільство до нововведень, наскільки його економічна структура відповідає тим змінам, що відбуваються або потенційно відбуватимуться в інституціональному середовищі країни. Іншими словами, формування інноваційних механізмів подальшого розвитку вітчизняної економіки залежить від адекватності інституційних змін та еволюції економічної культури населення тим реформаторським заходам, що ініціюються політичними та економічним суб'єктами України.

Список використаної літератури

1. The Global Competitiveness Report 2019 [Електронний ресурс] // The World Economic Forum, 2019. – Режим доступу до ресурсу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TheGlobalCompetitivenessReport2019.pdf
2. The Global Competitiveness Report 2017-2018. [Електронний ресурс]//The World Economic Forum, 2017. –Режим доступу до ресурсу: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2017-2018/05FullReport/TheGlobalCompetitivenessReport2017%E2%80%932018.pdf>
3. Бажал Ю. Інновації як стовбурові клітини економічного зростання[Електронний ресурс] // Глобальні тенденції і перспективи: світова економіка та Україна.– Київ: Заповіт, 2018. – 202 с. – Режим доступу до ресурсу:http://razumkov.org.ua/uploads/article/2018_global_trendns.pdf

*Захаркіна Л.С., канд. екон. наук, доцент,
доцент кафедри фінансів підприємництва*

*Сигида Л.О.,
канд. екон. наук, старший викладач кафедри маркетингу
Сумський державний університет
liubov.syh@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНА АКТИВНІСТЬ КРАЇН СВІТУ: ПІДХОДИ ДО ВИМІРЮВАННЯ²

Питання визначення рівня інноваційної активності країн світу є особливо актуальним у час переходу до Індустрії 4.0 та формування ними власних стратегій випереджаючого інноваційного розвитку. Відповідно до цього були розроблені та активно функціонують рейтинги, покликані визначити інноваційність конкретних країн світу. Розглянемо деякі з них.

Так, щороку Європейським Союзом проводиться розрахунок сумарного індексу інноваційності за 27 показниками (European Innovation Scoreboard), який дозволяє всі країни об'єднати у 4 кластери: 1) «інноваційні лідери»; 2) «сильні інноватори»; 3) «помірні інноватори»; 4) «інноватори, що формуються»[1, с. 13].

Лідером 2017 р. стала Швейцарія (169,4), а загалом сумарний індекс інноваційності для Європейського Союзу протягом 2010-2017 рр. зріс на 5,8%. Зокрема, відбулися такі зміни у 2017 р. порівняно з 2010 р.[1, с. 15]:

1) для шести країн-членів результативність покращилася на 10 або більше відсотків: Литва (20,1%), Нідерланди (15,9%), Мальта (15,2%), Великобританія (14,0%), Латвія (11,6%) та Франція (10,1%);

2) для шести країн-членів результативність покращилася на 5-10%: Австрія (9,0%), Ірландія (8,5%), Іспанія (7,5%), Бельгія (6,8%), Люксембург (6,6%) та Швеція (5,5%);

²Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих на виконання науково-дослідної роботи № 0117U003922 «Інноваційні драйвери національної економічної безпеки: структурне моделювання та прогнозування»

3) для шести країн-членів результативність покращилася на менше ніж 5%: Словаччина (4,8%), Польща (3,2%), Фінляндія (2,8%), Італія (2,0%), Словенія (1,4%) та Данія (0,7%);

4) для восьми країн-членів результативність знизилася на менше ніж на 5%: Угорщина (-0,1%), Греція (-0,9%), Німеччина (-1,3%), Португалія (-1,5%), Болгарія (-1,5%), Хорватія (-2,0%), Чехія (-2,9%) та Естонія (-3,2%);

5) для двох країн-членів результативність знизилася більше ніж на 5%: Кіпр (-9,2%) та Румунія (-14,0%).

За іншими країнами результати є такими [1, с.30, 98]:

- Південна Корея – результативність збільшилася на 5,8%;
- Швейцарія – результативність збільшилася на 10%;
- Японія – результативність збільшилася на 2,2%;
- США – результативність збільшилася на 2,6%;
- Китай – результативність збільшилася на 13,4%;
- Україна – результативність знизилася на 1,8%.

Ще один індекс інноваційності розраховується агенцією Bloomberg – Bloomberg's Innovation Index, при цьому враховується 7 основних показників [2].

Відповідно до Bloomberg's Innovation Index два роки поспіль (у 2018 та 2019 рр.) лідером є Південна Корея, у 2019 р. на другому місці опинилася Німеччина, відставши від лідера лише на 0,08.

У розрізі окремих показників маємо такі основні результати щодо лідерів у межах кожного із досліджуваних показників [2; 3]:

1. Патентна активність: США, Китай та Люксембург.
2. Ефективність вищої освіти: Сінгапур, Словаччина, Литва.
3. Виробництво з доданою вартістю: Ірландія, Південна Корея, Німеччина.
4. Продуктивність: Ірландія, Ісландія, Люксембург.
5. Концентрація високотехнологічних виробництв: США, Франція,

Німеччина.

6. Концентрація дослідників: Данія, Ізраїль, Швейцарія.

7. Витрати на науково-дослідну роботу: Південна Корея, Ізраїль, Японія.

Крім того, кожного року розраховується GlobalInnovationIndex, що базується на двох субіндексах – вхідному та вихідному субіндексах. Вхідний субіндекс поєднує п'ять показників: 1) установи, 2) людський капітал та дослідження, 3) інфраструктура, 4) ринок та 5) складність бізнесу. А вихідний субіндекс складається з: 6) результатів знань та технологій та 7) творчих результатів. Загалом GlobalInnovationIndex охоплює 80 показників [4].

За результатами 2019 згідно з цим індексом Швейцарія є найбільш інноваційною країною у світі, за нею ідуть Швеція, Сполучені Штати Америки, Нідерланди та Великобританія. Німеччина другий рік поспіль займає 9 місце, а Південна Корея впевнено рухається до 10-ки найінноваційніших, займаючи у 2019 р. 11 місце [5].

Таким чином, як бачимо за результатами дослідження, кожен із аналізованих індексів містить власний набір показників, які характеризують різні аспекти інноваційності. Тому доцільним є їхнє комплексне врахування.

Список використаної літератури

1. European Innovation Scoreboard 2018. European Union, 2018. 104 p.

2. FaisalKhan. WhicharethemostInnovativeEconomiesof 2019? Aug 5. URL:·<https://medium.com/technicity/which-are-the-10-most-innovative-economies-in-2019-51e30541fef1>.

3. AshleyViens. TheWorld’sMostInnovativeEconomies. July 31, 2019. – URL:·<https://www.visualcapitalist.com/the-10-most-innovative-economies-in-2019/>.

4. HistoryoftheGlobalInnovationIndex. ABOUT THE GLOBAL INNOVATION INDEX. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/about-gii>

5. SoumitraDutta. GLOBAL INNOVATION INDEX 2019. Creating Healthy Lives – The Future of Medical Innovation / SoumitraDutta, BrunoLanvin, andSachaWunsch-Vincent. 12th edition. 451 p.

Іщук Я. Ю., студентка

*Зінцьо Ю. В., к. е. н.,
асистент кафедри маркетингу
Львівський національний університет імені Івана Франка
ishchukya@gmail.com*

СУТНІСТЬ ТА ЗАВДАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

В умовах сьогодення розвиток маркетингу характеризується стрімкими змінами, які відбуваються в глобальному ринковому середовищі. Трансформується й сам об'єкт маркетингу, його суперечливість і мінливість. Інвестиційний маркетинг є однією з ключових ознак наявності динамічних змін в економіці.

Маркетинговий потенціал інвестицій представляється у вигляді створення нових сфер виробництва та обслуговування, реконструкції та оновленні старих галузей на основі послідовних інновацій різного роду. За допомогою маркетингових досліджень виникає можливість якісно і кількісно оцінити альтернативні варіанти розвитку підприємства та скласти прогнози на майбутні періоди діяльності. В підсумку, усі ці дії дозволять прийняти оптимальні управлінські рішення щодо інвестиційної діяльності [1, с. 334].

«Інвестиційний маркетинг - це аналіз інвестиційної кон'юнктури, спрямований на виявлення, узгодження інвестиційних можливостей і потреб підприємства в розробці і реалізації інвестиційних проектів і програм з метою отримання прибутку (доходу) або іншої вигоди.» [1, с. 335].

Інвестиційний маркетинг є відносно новим напрямком, дещо відокремленим від традиційного маркетингу, який досліджує умови залучення інвестиційних коштів, можливості створення і роботи нових підприємств у перспективних галузях економіки. Його актуальність зумовлена ускладненням процесів наукового обґрунтування інвестиційних рішень, зростання інвестиційних ризиків і посилення конкурентної боротьби за джерела

фінансування. Специфіка маркетингу інвестицій проявляється у наявності одночасно двох ринків: ринку товарів і послуг та ринку інвестицій.

До складових інвестиційного маркетингу належать: система дослідження та аналізу кон'юнктури інвестиційного ринку, формування інформаційної бази для прийняття якісних інвестиційних рішень; виявлення інвестиційних ризиків; дослідження суб'єктів інвестиційного та фінансового ринку, оцінка джерел залучення та запозичення ресурсів. Варто зауважити, що інвестування не є для підприємства самоцільлю, а виступає засобом досягнення цілей, основними з яких є максимізація прибутків та зміцнення іміджу.

Для того щоб забезпечити виконання цих цілей необхідне не лише інвестиційне, але й маркетингове обґрунтування проекту. Тому споживчий та інвестиційний маркетинг у діяльності виробничих підприємств й фірм сфери обслуговування знаходяться у нерозривному взаємозв'язку. Рішення стосовно доцільності проекту приймається підприємствами на основі аналізу стану класичного або як його ще називають споживчого та інвестиційного маркетингу.

На основі різних типів досліджень з'ясовуються потреби цільових сегментів, а також виявляються можливості та загрози ззовні, паралельно аналізуються сильні та слабкі сторони самої фірми чи підприємства [2].

Незважаючи на те, що інвестиційний маркетинг з'явився відносно недавно, він вже добре розвинений в світі. Головне призначення якого є ефективне управління організацією та раціональне інвестування в економіку.

А з цього випливає те, що метою інвестиційного маркетингу є надання фахівцям необхідних практичних, інформаційних та теоретичних навичок.

Досягнення зазначеної мети зумовлює вирішення наступних завдань, як:

1. Організація та здійснення інформаційної політики;
2. Проведення маркетингових досліджень;
3. Формування економічно обґрунтованих інвестиційних рішень;
4. Забезпечення інноваційної та іміджевої політики;
5. Співпраця з державними органами [3, с. 174].

Варто зазначити, що невід'ємною частиною маркетингового планування є розробка стратегії маркетингу для виходу на ринок з новим інвестиційним проектом. Лише після цього керівництво оцінює ділову привабливість пропозиції.

Отримавши позитивні результати підприємство приймає рішення чи варто переходити до безпосереднього контакту з інвесторами, на основі чого складається план заходів. Призначення даного кроку – визначити конкретні цілі та передбачити відповідні дії для виконавців.

Ефективність інвестиційного маркетингу залежить від реалізації відповідних принципів:

1. Повної забезпеченості (підприємство має бути забезпечене ресурсами для своєї діяльності);

2. Оптимальності та багатоваріантності у маркетинговій сфері (підприємство має розширити свою номенклатуру того щоб оптимізувати свою діяльність);

3. Цільової орієнтації і комплексного підходу (інвестиційний маркетинг повинен працювати комплексно, а окремі маркетингові дії не будуть ефективними);

4. Своєчасності (облік тимчасового фактору при реалізації різних інвестиційних проектів).

Отже, можна стверджувати, що за допомогою інвестиційного маркетингу можна стабілізувати, регулювати та вдосконалити інвестиційний механізм, а також покращити кінцевий результат підприємств на ринку інвестицій. Інвестиційний маркетинг сприяє тісному взаємозв'язку між суб'єктами ринку, адже передбачає ґрунтовний аналіз виробничої діяльності підприємства, та пошук можливостей до його розширення або модернізації. Без знань з інвестиційного маркетингу дуже важко надати інвесторам потрібну інформацію щодо доцільності реалізації, та результативності інвестиційних проектів.

Список використаної літератури:

1.Базь М.О., Домашева Є.А. Інвестиційний маркетинг як детермінант конкурентоспроможності підприємств на ринку інвестицій. ЕКОНОМІЧНИЙ ВІСНИК НТУУ «КПІ». С. 333-338.

2.Ткачук С. В., Стахурська С. А. Роль інвестиційного маркетингу у ринковій діяльності підприємств тв. фірм. Інтелект XXI № 5 '2015. С. 103-108.URL: <http://dspace.nuft.edu.ua/bitstream/123456789/22111/1/invmark.pdf>

3. Хурдей В.Д., Воронько - Невіднича Т.В. Новий напрям маркетингу – маркетинг інвестицій: матеріали міжнар. Наук.-практ. конф., Полтава 2015.С. 173-175.

*Карпенко Н. М. к.держ.упр., доцент
доцент кафедри економіки та митної справи
Національний університет «Запорізька політехніка»
natalyakarpenko@i.ua*

*Будякова К.В., студентка
Запорізький національний університет
ekaterinabudyakova.17@gmail.com*

СМАРТ-СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНА ОСНОВА РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

У період після кризового відновлення та загострення конкуренції на світовому ринку для підвищення конкурентоспроможності регіонів у країнах ЄС було започатковано у 2010 р. розробку і впровадження нового інструменту розвитку ринкової економіки – смарт-спеціалізацію. На сьогодні смарт-спеціалізація вже стала актуальним напрямом розробки регіональних стратегій і в Україні з метою прискореного розвитку нових технологій і підвищення рівня конкурентоспроможності економіки регіонів.

Стратегія смарт-спеціалізації є важливою основою сталого зростання, оскільки сприяє переходу до ресурсозберігаючої економіки та створює конкурентні переваги на внутрішніх і зовнішніх ринках. Вона направлена на

структурні зміни, що забезпечуються новими та кращими робочими місцями, соціальними інноваціями. Смарт-спеціалізація дає можливість розблокувати регіональний потенціал для структурних і технологічних змін, а також промислової модернізації на інноваційних засадах. Тому дослідження смарт-спеціалізації як основного компонента розвитку регіону, підвищення його конкурентоспроможності й інноваційності є нагальним у сучасних умовах.

Дослідження підходів до визначення смарт-спеціалізації дозволяє виокремити декілька основних її характерних ознак. Смарт-спеціалізація є новим інструментом підсилення громади та покращення економіки регіону на основі ефективного використання людського потенціалу та інших ресурсів і реалізації політики впровадження інновацій із залученням громадськості до прийняття рішень [1]. Вона враховує конкурентні переваги регіону та сприяє трансформації секторів економіки в більш ефективні, передбачає аргументоване визначення стратегічних цілей та завдань щодо розвитку таких видів економічної діяльності, які мають інноваційний потенціал [2]. Смарт-спеціалізація дозволяє виокремлювати кращі сторони регіону та заснована на інноваціях, а її метою є формування суб'єктами регіонального розвитку стратегії, цілей і завдань відносно становлення та покращення економічної сфери, яка заснована на інтеграції конкурентного й інноваційного потенціалу освіти, науки та реального бізнесу у зв'язку з суспільною сферою [3].

Отже, смарт-спеціалізація ґрунтується на наявних ресурсах, інноваційному потенціалі й певній своїй унікальності до їх освоєння, що дозволяє створити незвичайний продукт, послугу чи технології, з якими підвищується ймовірність виходу регіону на зовнішній (або міжрегіональний) ринок. Тобто вона дозволяє реалізувати найбільш вигідне використання потенціалу регіонів (держав) на основі довіри, комунікацій і співпраці між регіональними стейкхолдерами, забезпечуючи максимальну взаємодію освіти, науки, бізнесу та громадськості.

Саме наявні природно-географічні (земельні, лісові, водні, мінерально-сировинні, біологічні, енергетичні) і соціально-економічні (матеріальні,

фінансові, людські та нематеріальні) ресурси та тісний рівень взаємодії регіональних стейкхолдерів (освіти, науки, бізнесу, громадськості та місцевої влади), що характеризують самодостатність і фінансову спроможність регіону, його конкурентоспроможну економіку, дозволять розвиватися на засадах смарт-спеціалізації у національному та глобальному просторі.

Смарт-спеціалізація засновується на взаємній допомозі і співпраці переважно підприємств малого та середнього бізнесу, дослідницьких центрів, університетів і місцевих органів влади та не обов'язково враховує всі напрями діяльності регіону, а саме ті галузі, які в майбутньому будуть найперспективнішими.

Сьогодні смарт-спеціалізація здатна вирішити ряд проблем і стимулювати багато важливих напрямів: підтримка діяльності малого та середнього бізнесу; удосконалення співробітництва між регіональними стейкхолдерами; запровадження нових форм співпраці між різними сферами діяльності; посилення уваги до менш розвинених регіонів; розбудова та відновлення соціально-економічної інфраструктури; підвищення інноваційності та рівня конкурентоспроможності регіонів; удосконалення та покращення спільної роботи в межах інноваційного розвитку держави тощо.

Підсумовуючи викладене вище, слід зазначити, що смарт-спеціалізація є новою моделлю регіонального та міжрегіонального розвитку, яка передбачає тісний зв'язок між наукою, освітою, бізнесом (переважно малим і середнім), громадською сферою та місцевою владою щодо оптимального використання наявних ресурсів і створення інноваційних продуктів, послуг чи технологій конкурентних в масштабах національної чи світової економіки.

Список використаної література

1. Зубко Г. За smart-спеціалізацією майбутнє розвитку регіонів [Електронний ресурс] // Урядовий портал. Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.kmu.gov.ua/news/za-smart-specializaciyeyu-majbutnye-rozvitku-regioniv-gennadij-zubko-na-forumi-yes>

2. Впровадження підходу Європейського союзу до регіонального розвитку щодо смарт-спеціалізації [Електронний ресурс] // Ресурсний центр зі сталого місцевого розвитку. – Режим доступу до ресурсу: <https://rozvytok.in.ua/4247-vprovadzhennia-pidkhopu-yevropeiskoho-soiuzu-do-rehionalnoho-rozvytku-shchodo-smart-spetsializatsii-3>

3. Експерти розвінчали 11 міфів про впровадження смарт-спеціалізації в Україні [Електронний ресурс] // Ukraine crisis media center. – Режим доступу до ресурсу: <http://uacrisis.org/ua/74007-smartspecializationinukraine>

*Кербікова А. С.
старший викладач кафедри
економіки та підприємництва*

*Сичук В. М.
студентка
Національна металургійна академія України
alla_kerbikova@ukr.net*

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В умовах сучасної економіки все більша кількість підприємств розуміє і усвідомлює величезну роль інноваційного розвитку для забезпечення виживання і стійкого розвитку, успішної організації своєї діяльності. Підприємства, впроваджуючи нові технології у виробництво, випускаючи нові види продукції, підвищуючи їх якість, і як результат посилюючи конкурентоспроможність, дістають можливість ефективнішого проникнення на зарубіжні ринки.

З кожним роком значення інноваційної діяльності для підприємств зростає. Від рівня інноваційної активності, масштабу і характеру застосування технологічних інновацій по усіх напрямках діяльності залежить ефективність діяльності підприємства, можливість розвитку в сучасних умовах.

Інноваційна діяльність супроводжується постійними змінами в діяльності підприємства. При наявності в підприємства великого конкурентного ринку, інноваційна діяльність повинна відбуватись постійно, з послідовним завоюванням ринку, значно більшої його частки, та відповідно збільшенням прибутку. Але підприємство повинно мати стійку стратегію інноваційного розвитку в довгостроковій перспективі, а не одноразове впровадження інноваційного продукту, яке дає отримання тимчасових значних конкурентних переваг.[6].

Питання інноваційної діяльності підприємств досліджували такі вітчизняні науковці: О.І. Амоша, В.М. Геєць, Р.В. Грінченко, В.В. Дорофійенко, В.О. Зайцева, Г.Г. Півняк, В.П. Семиноженко, В.П. Соловйов, Л.І. Федулова, О.М. Шашенко, О.І. Яшкіна та інші. Серед зарубіжних науковців варто виокремити І.Т. Балабанова, П. Друкера, Ф. Портера, Б.Г. Салтикова, Б. Санто, Б. Твісса, Р.А. Фатхундінова.

Під інноваційною діяльністю розуміють усі наукові, технологічні, організаційні, фінансові та комерційні дії, що реально призводять до здійснення інновацій або задумані з цією метою. До інноваційної діяльності також входять дослідження і розробки, не пов'язані прямо з підготовкою конкретної інновації.

Згідно з доповіддю «Глобальний індекс інновацій 2018», підготованою спільно Корнельським університетом, школою бізнесу INSEAD і Всесвітньою організацією інтелектуальної власності, очолюють рейтинг провідних країн-новаторів Швейцарія (5 років поспіль), Нідерланди, Швеція, Велика Британія та Сінгапур. [3].

Доповідь містить докладні дані про інноваційну діяльність 126 країн і територій світу. 80 параметрів, які використовуються для оцінки, дають повну картину інноваційного розвитку, включаючи огляд політичної ситуації, стану справ в освіті, рівня розвитку інфраструктури та бізнесу.

До десяти найбільш інноваційних країн також увійшли: США, Фінляндія, Данія, Німеччина та Ірландія.

При цьому Польща посіла 39 місце, Молдова – 48-е, Казахстан – 74-е, Білорусь – 86-е. З країн колишнього СРСР найкращий показник – у Естонії, яка посіла 24-е місце.

У 2018 році Україна піднялася в рейтингу ще на 7 позицій і посіла 43 місце, випередивши Таїланд та опинившись позаду Хорватії і Греції. А в групі за рівнем доходів нижче середнього Україна посіла 1 місце, обійшовши В'єтнам.

Основою української інноваційної конкурентоспроможності є людський капітал і дослідження, а також знання й результати наукових досліджень.

У 2018 році інноваційною діяльністю в промисловості займалися 777 підприємств, або 16,4% обстежених промислових. Витрати на інновації в 2018 році склали 12180,1 млн грн. (рис. 1). [2].



Рисунок 1 – Інноваційна активність підприємств за 2010-2018 рр. [2].

Інноваційно активні підприємства – це підприємства, які займалися інноваційною діяльністю. Ними було впроваджено 3843 інноваційних видів продукції.

Кількість упроваджених у виробництво нових технологічних процесів - 2002 одиниць. З них нових або суттєво поліпшених маловідходних,

ресурсозберігаючих – 926 одиниць. Із загальної кількості впровадженої продукції 920 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо.

Для того, щоб країна впевнено стала на інноваційний шлях розвитку, необхідно докласти великих зусиль у таких напрямках: орієнтації державної політики на активізацію інноваційної діяльності підприємств; розвиток освіти і науки як необхідного підґрунтя для продукування інноваційних ідей і розробок; формування інноваційної інфраструктури як важливої складової національної інноваційної системи.

Список використаної літератури

1. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]: Режим доступу <http://www.ukrstat.gov.ua>.

2. Наукова та інноваційна діяльність України [Текст]: Статистичний збірник України за 2018 рік // [Державний комітет статистики України]. – К.: Інформаційно-аналітичне агентство, 2019. – 108 с.

3. Стан інноваційної діяльності та діяльності у сфері трансферу технологій в Україні у 2018 році: аналітична довідка / Т.В. Писаренко, Т.К. Кваша та ін. – К.: УкрІНТЕІ, 2019. – 80 с

4. Кербікова А.С. Аналіз наукового та науково-технічного потенціалу України. / А.С. Кербікова, М.М. Хитько // Сучасні тенденції функціонування та розвитку підприємств: загрози і виклики: колективна монографія / під заг. ред. С.Б. Довбні. – Д: ЛІРА, 2016. – С. 29 - 41.

5. Кербікова А.С. Діагностика інноваційної діяльності підприємств України в системі підвищення її конкурентоспроможності / А.С. Кербікова, М.М. Хитько // Економіка і фінанси. - 2018. - № 1. - С.56-64

6. Кербікова А.С. Діагностика інноваційної діяльності підприємств України / Кербікова А. С., Копитько А.О. Збірник наукових статей за матеріалами IV Всеукраїнської науково-практичної конференції. Частина 2. - Дніпро: НМетАУ, 2019. – с.63-68.

7. Копитько А. О., Кербікова А.С. Інноваційна активність підприємств України: Зб. наук. праць за матер. Всеукр. студ. наук.-практ. конф., (м. Чортків, 14–15 лист. 2019 р.). – Чортків, ТНЕУ, 2019. – с. 339-341.

8. Кербікова А.С. Анализ инновационной активности предприятий Украины: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 95-летию создания кафедры экономики и МЭО в АПК / редкол.: А. В. Колмыков (гл. ред.) [и др.]. – Горки : БГСХА, 2020. – С. 115-121.

*Кір'ян О.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту*

*Гаряга Н.М., студентка
Українська інженерно-педагогічна академія
3zk@ukr.net*

ІННОВАЦІЙНІ ЗАХОДИ ОПТИМІЗАЦІЇ КАДРОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙ

Як всім відомо, кадрова служба організації є форпостом в формуванні ефективного колективу, джерелом конкурентоспроможності та перемоги організації в ринкових процесах. Тому процес оптимізації діяльності служби менеджменту персоналу необхідно постійно формувати низку інноваційних заходів, які будуть виводити її на більш якісний рівень.

Першим таким заходом для кожної організації вважаємо процес оцінки ефективності роботи в першу чергу керівника кадрової служби як основного джерела новацій, адміністративних процесів, суб'єкта контролю тощо. Саме від його остаточних рішень залежать економічні та соціальні результати роботи організації в цілому.

Для цього пропонуємо регулярно здійснювати аналіз наступних показників діяльності персоналу: продуктивності праці за категоріями працюючих, в підрозділах, та її динаміки; визначення трудомісткості продукції

та послуг та динаміки їх змін; визначення витрат по оплаті праці на одиницю продукції (в вартісному та кількісному розрахунку) з подальшим врахуванням динаміки; розрахунок витрат на персонал за категоріями працюючих та в підрозділах; оцінка обсягів та причин плинності кадрів та ін. [1]. Крім того пропонуємо регулярно оцінювати результативність заходів кадрової служби (корисну дію від процесів відбору, підготовки, навчання, перепідготовки персоналу з урахуванням впливу (особливо для керівного та управлінського складу) на ефективність діяльності інших робітників.

Це потребує декількох етапів активних дій: збору первинної інформації, отримання даних про вартість заходів та процесів; оцінки нових показників; формування комплексних моделей взаємовпливу показників; формування висновків щодо впливу керівника кадрової служби на процеси, рівня його професіоналізму.

Паралельно вважаємо за потрібне досліджувати особистість самого керівника: освіту, стаж роботи, досвід, кількість та якість приймаємих рішень, можливу позитивну вартість цих рішень та «втрати» від помилкових або не здійснених дій.

Для ефективного порівняльного аналізу пропонуємо звернутися до фахівців, які здатні формувати комп'ютерні математичні багатофакторні моделі з метою формування таких для користування при спрощенні процесу прийняття рішень керівником (надання йому можливості бачити результати попереднього досвіду наочно – при витратах на які заходи які результати отримаємо; та які очікувані результати при не виконанні певних дій). Для цього керівник повинен бути відкритим до сприйняття нових прийомів праці, здатен користуватися моделями та в подальшому самостійно або за допомогою фахівців доповнювати інформаційну базу та корегувати модель.

Для керівників організації пропонуємо створити аналогічну модель оцінки ефективності управлінських рішень керівника кадрової служби. прийняти рішення щодо цих дій повинен, на нашу думку, директор організації або його перший заступник (якщо ним не є керівник кадрової служби).

Ще однією новацією, яка передбачена як функція кадрової служби, але не внесена в більшість Положень про підрозділ та до функцій, на які виділено певні години роботи, є постійний моніторинг ринку пропозицій з розвитку персоналу. Сучасний світ давно перейшов на інтернет-діяльність та взаємодію. Тому й більшість навчальних, розвивальних процесів також представлені в цій площині. Однак розвиток працівників або перекладається на їх особисту відповідальність, або забезпечується очними процесами (курсами, наставництвом тощо). Очні заняття потребують додаткового часу та відриву від виробництва, самостійно робітники можуть не мати навичок пошуку потрібних матеріалів, не мати можливостей обрати потрібне саме для цієї організації.

Тому робітникам кадрової служби, відповідальним за підсистему розвитку персоналу, пропонуємо внести в посадові обов'язки функцію моніторингу відеоринку розвитку персоналу. Для цього пропонуємо вносити зміни в певні посадові інструкції та положення про підрозділ кадрової служби; формувати графік пошуку матеріалів для кожної професії, підрозділу, виконуємої функції. В якості показника можуть бути: кількість матеріалів для навчання, динаміка зміни продуктивності праці певних робітників; скорочення витрат на поламку обладнання, виконання робіт, за рахунок підвищення якості тощо.

Учасниками складання графіку, оцінки якості матеріалів повинні стати керівники відповідних підрозділів (для керівників – топ-менеджери організації, в тому числі директор). Це дозволить «відсіяти» на перших етапах зайвий матеріал, підвищить рівень підготовки керівного складу та дозволить їх краще контролювати результативність виконавців.

Крім того, вважаємо за необхідне при проходженні розвитку персоналу періодично переглядати їх посадові інструкції та вносити зміни. Так до всіх посадових інструкцій на першому етапі вважаємо за необхідне внести пункт «здійснювати розвиток та саморозвиток професійних навичок в обсязі не менше 10 годин на місяць з покращенням завдяки цьому одного з показників діяльності на 2 % щомісяця». Це змусить кожного працівника займатися

аналізом власної діяльності та шукати можливості покращення певних показників. Такий підхід забезпечить оновлення переліку показників діяльності для кожного з виконавців; посилення самоменеджменту в організації; покращення показників діяльності без додаткових (зайвих, не ефективних) фінансових витрат.

Запропоновані інновації є сучасними та суттєво покращать роботу кадрової служби та всього колективу організації.

Список використаної літератури

1. Олійник С. У. Теорія та практика менеджменту персоналу : підручник / С. У. Олійник. – Харків : Вид-во НУА, 2013. – 376 с.

*Козенкова Н.П.
старший викладач кафедри фінансів
Національна металургійна академія України
nkozenkova@gmail.com*

СВІТОВИЙ ДОСВІД АКТИВІЗЦІ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Розвиток вітчизняної економіки, підвищення конкурентоспроможності продукції неможливо забезпечити без здійснення інвестицій в інноваційну сферу. Інноваційні процеси відіграють важливу роль в успішному розвитку підприємств та держави загалом, адже від рівня цих процесів залежить їх економічний та фінансовий стан.

Інновації та інвестиції тісно пов'язані між собою та не можуть функціонувати одна без одної. Фінансовий успіх кожного з інноваційних проектів - це перш за все співвідношення показника фінансової віддачі до початкової інвестиції, а практично кожен інноваційний проект можливо розглянути як інвестиційний, головною метою якого є отримання фінансового результату - прибутку.

Різноманітні підходи тлумачення поняття «інноваційна діяльність» призвели до виникнення різних підходів до визначення інвестиційно-інноваційної діяльності як економічної категорії. Визначити зміст категорії «інвестиційно-інноваційна діяльність» можна виокремлюючи такі її особливості: інвестиційно-інноваційна діяльність - є економічною категорією, яка спрямована на одержання прибутку, адже для цього залучаються економічні суб'єкти та об'єкти - підприємства, держава, заощадження фізичних та юридичних осіб; соціальна категорія, адже орієнтована не тільки на одержання прибутку, а також на задоволення соціальних потреб; правова категорія, суб'єкти та об'єкти інвестиційно-інноваційної діяльності розвиваються за законами та правовими актами України, а держава виконує функції керування та регулювання процесів цього розвитку; залежність інвестицій та інновацій проявляється у їхньому тісному взаємозв'язку. Інвестиції виступають ресурсом відтворення капіталу як цінності, що генерує потік доходу і реалізує своє призначення лише через матеріалізацію в інноваціях [1-3].

Країни ЄС застосовують багато інструментів інноваційної політики, які дозволяють залучати інвестиції для її фінансування. Фінансова підтримка у цих країнах виходить далеко за національні межі і дає змогу охопити все більше коло зацікавлених суб'єктів із різних країн. До таких інструментів можна віднести: пряме державне фінансування (воно виконується шляхом виділення субсидій, кредитів, грантів), податкові або фіскальні стимули, надання державних гарантій, підтримка ризикового фінансування, а найголовніше - створення сприятливої інфраструктури для інноваційної діяльності [4].

Для підтримки новітніх досліджень чи розробок застосовують такі форми стимулювання як позики, субсидії, державні закупівлі, тарифні й нетарифні бар'єри, знижки з податку. Наприклад, у Великій Британії державою підтримується низький рівень оподаткування корпорацій; у Німеччині, Іспанії та Італії стимулюють впроваджувати ризикові проекти із використанням низьких податкових ставок; у Франції застосовується зовсім інша система:

спеціальні стимули мають лише підприємці-інноватори [4].

В економічно розвинутих країнах до системної підтримки розвитку інноваційного підприємництва відносять також податкові кредити, амортизаційні пільги, формування резервних фондів та пільги щодо стимулювання НДДКР. Прикладом такої країни є Великобританія, де урядовою політикою запроваджені інструменти, що гарантують 100 % звільнення від податку витрат на дослідження і розробки до надання ризикового фінансування чи субсидій (грантів) [5]. У промислово розвинених країнах, крім вищезазначеного, використовують ще такий механізм активізації інвестиційної діяльності комерційних банків як дотацію до ставки відсотка за кредит, яка надається державою банкам за умов інвестування пріоритетних галузей і виробництв. Також може бути використаний досвід зі створення цільових інституційних інвесторів - банків довгострокового кредитування.

В різних країнах світу використовують різноманітні фактори впливу на інноваційну діяльність. Так на теперішній момент лідерами у виробництві високо конкурентної наукової продукції залишаються такі країни, як США і Японія. На думку експертів приблизно 80 % усіх інноваційних продуктів у світі створюється саме в США. Це пояснюється тим, що витрати на науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи є дуже значними і становлять понад половину витрат на НДДКР розвинених країн. Така увага до НДДКР привела до того, що в США продається 90 % нових товарів і тільки 10 % старих, що надійшли на ринок більше як 5 років тому [5].

За останні роки на світовій арені у галузі інновацій зайняли стійкі позиції такі країни як Канада, Велика Британія, Франція, Норвегія, Південна Корея. Тому, розглянемо один із інвестиційних проектів деяких з цих країн.

У Канаді набуває широкої громадської підтримки проект «Industrial Research Assistance Program» (Програма Промислової допомоги Дослідженням). Пілотна програма створена для сотні малих і середніх підприємств в рамках комерціалізації своєї продукції та послуг в більш швидкому темпі і з більшою ефективністю, щоб допомогти оплатити дослідження, розробки технологій і

розвиток бізнес послуг в університетах, коледжах та інших досліджень некомерційних установ за своїм вибором. IRAP надає крім фінансової, ще й консультативну допомогу з метою допомоги малим і середнім підприємствам розвивати свій інноваційний потенціал та створювати нові додаткові високооплачувані робочі місця. Значно більшим за масштабами є глобальний проект «Великобританський Інноваційно-інвестиційний фонд». Він був запущений урядом Великобританії у червні 2009 року. Його метою є підтримка та інвестування у високотехнологічній сфері спеціалізованих технологічних венчурних фондів, а також інвестування стартапів, спін-аутів з високим інноваційним потенціалом та зростанням. Головна мета його полягає у тому, щоб створити фонд протягом 12-15 років із загальним фондом до 1 млрд фунтів стерлінгів. Фінансування здійснюється Департаментом з бізнес-інновацій та ремесел (БМР), Департаментом охорони здоров'я (ДОН) і Міністерства енергетики та зміни клімату (ДЕСС) і як очікується, також використовуватиметься інвестиції від приватних інвесторів як з Великобританії, так і з-за кордону. Якщо проаналізувати ситуацію у таких країнах як Польща, Угорщина та Чехія, то можна побачити, що покращення соціально-економічної ситуації всередині цих країн є прямим наслідком надходження до них інвестицій. З великих іноземних інвестиційних компаній, що діють на ринку цих країн, найзначніші капіталовкладення здійснили такі відомі транснаціональні корпорації (ТНК), як «Opel», «Volkswagen», «Audi», «Toyota», «Daewoo», «General Motors», «Nokia», «Philips», «Bosh», IBM, «Hewlett Packard», «General Electric», «Electronics», «Ford», «Suzuki», «Sony», «Sanyo», «Electrolux» тощо. Головними інвесторами також виступають європейські ТНК. Усі процеси, які відбуваються в науково-технічній сфері даних країн суттєво впливають на її результативність: сформовані правові основи регулювання наукової й інноваційної діяльності, захисту прав інтелектуальної власності, формування і реалізації державної політики в цій галузі. Дані заходи можливо було б реалізовувати і в Україні.

Якщо охарактеризувати українську модель із підтримки інноваційної діяльності, то слід зазначити, що вона більше є схожою до англо-американської моделі, адже Уряд в більшій степені покладається на стимулювання інноваційної діяльності з боку ринку, ніж на пряму підтримку інноваційного процесу [6]. Україна володіє значним науковим потенціалом і для його підкріплення необхідно врахувати міжнародний досвід та створити органи фінансування та професійної консультації малого та середнього бізнесу, подібного до канадського СРН - IRAP, що дасть можливість в разі збільшити науково-технологічний та інноваційний потенціал нашої країни.

Таким чином, досліджуючи міжнародний досвід у сфері інвестиційно-інноваційної діяльності можна зробити висновок, що держава і підприємство у даній сфері є тісно пов'язаними і нерозривними. Задля ефективного впровадження нових технологій та їх дослідження необхідною є державна підтримка інноваційної діяльності. Політика протекціонізму власних інноваційних підприємств надає значні переваги в конкурентній боротьбі як на зовнішніх так і на внутрішніх ринках. Державне регулювання має сприяти зростанню інноваційної активності як великих, так і малих підприємств. В результаті цього можна отримати не тільки новий чи вдосконалений продукт, послугу, систему управління, методи виробництва тощо, але й збільшити зайнятість населення і рівень його добробуту. Це також конкурентні переваги, які дадуть змогу вітчизняному виробнику впевнено працювати на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Вивчення досвіду країн з розвинутою економікою свідчить, що вирішення цих питань є важливим і невідкладним, оскільки інноваційна активність виробників залежить від правового, законодавчого середовища, розвитку і підтримки інноваційної інфраструктури саме з боку держави.

Список використаної літератури

1. Проблеми управління інноваційним розвитком підприємства у транзитивній економіці [Текст] : [монографія] / ред. С. М. Ілляшенко. – Суми : Університетська книга, 2005. – 582 с.

2. Покропивний С. Ф. Ефективність інноваційно-інвестиційної діяльності / С. Ф. Покропивний, А. П. Новак. – К. : КНЕУ, 1997. – 184 с

3. Інновації: проблеми науки і практики : [монографія] / [А. О. Кизим, Ю. Б. Іванов та ін.]. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2006. – 336 с.

4. Шмігельська З.К. Зарубіжний досвід управління інноваційною діяльністю малих і середніх підприємств та можливості його адаптації в ринковій економіці України / З.К. Шмігельська // Стратегічні пріоритети. – 2007. – №2 (3). – С. 119-128

5. Гаман М. В. Державне управління інноваціями: Україна та зарубіжний досвід : монографія / М. В. Гаман. – К. : Вікторія, 2004. – С. 104-131/

6. Механізми переходу економіки України на інноваційну модель розвитку [Текст]: [монографія] / О. І. Амоша, С. М. Кацура, Т. В. Щетілова та ін. ; НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк : [б. и.], 2002. – 107 с

*Коломієць Н.О., к.е.н., доцент
доцент кафедри підприємництва, торгівлі
та біржової діяльності
Харківський національний технічний університет
сіського господарства імені Петра Василенка
kolnata277@gmail.com*

СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Інноваційна політика підприємства має визначати напрями його змін відповідно до вимог зовнішнього середовища, окреслювати коло можливих інноваційних рішень, формувати інноваційні завдання залежно від типу обраної стратегії, створювати умови для оперативної реалізації інновацій.

Інноваційні рішення є надзвичайно важливими для існування і динамічного розвитку підприємств [1]. Вони мають бути зорієнтовані на потреби споживачів, аналізуючи які, можна визначити тенденції змін попиту і перспективи продукту, які випускає підприємство, напрями його модифікації та

можливості подальшого розвитку з врахуванням техніко-технологічного потенціалу підприємства. Тобто інноваційна політика має бути спрямована на створення умов для:

- формування підходів до визначення позиції підприємства на ринку і напрямів його діяльності відповідно до ринкових тенденцій;
- проведення робіт щодо вдосконалення існуючої технології та організації виробництва продукції, створення технологічної бази, яка уможливлуватиме в майбутньому гнучкішу, швидшу та ефективнішу реакцію на новації, вимоги і потреби ринку;
- підвищення ролі людського фактора, стимулювання мотивації до інноваційної діяльності, що забезпечить розвиток персоналу, підвищення його професіоналізму, вміння вирішувати інноваційні проблеми, посилить інтерес колективу до інновацій, підвищить рівень креативності інноваційних рішень.

Реалізація інноваційних рішень можлива за умови вираженої інноваційної політики, яка формує умови залучення до інноваційної діяльності певних функціональних служб підприємства. Так, своєчасне розпізнавання нових вимог забезпечується кваліфікованими маркетинговими дослідженнями, за результатами яких визначають напрями інноваційних змін і окреслюють завдання у сфері науково-технічних та конструкторсько-технологічних робіт. Належне виконання їх можливе за умов наявності висококваліфікованого персоналу відповідної спеціалізації та продуманої системи мотивації. Виконувані роботи слід фінансувати у розмірах, достатніх для їх проведення на сучасному рівні, що потребує значних інвестицій як на стадії розроблення новації, так і на стадії її впровадження. Зважаючи на це, складовими інноваційної політики вважають:

- 1) маркетингову політику;
- 2) політику в галузі науково-дослідницьких і дослідно-конструкторських робіт
- 3) політику структурних змін;
- 4) технічну політику;

5) інвестиційну політику.

Маркетингова політика. Має на меті формування тактики і стратегії поведінки підприємства на ринку. Націлена на вирішення таких завдань: визначення процедур і періодичності маркетингових досліджень; розроблення товарної, цінової, збутової, комунікаційної, сервісної політики і створення механізмів їх реалізації; аналіз ефективності здійснюваної політики. Проведення маркетингових досліджень дасть змогу вивчити структуру товарного ринку і прийняти рішення щодо форм і методів розвитку конкурентного середовища на ньому[3].

Політика в галузі НДДКР - її завданнями є визначення наукового потенціалу підприємства; розроблення науково-технічної політики з врахуванням результатів маркетингових досліджень; формування технологічної політики; створення механізмів реалізації науково-технічної і технологічної політики і оцінювання її результатів.

Політика структурних змін. Зорієнтована на вивчення внутрішнього середовища та організаційної форми підприємства, формування адекватної інноваційним завданням організаційної структури і культури підприємництва. Організаційна структура і культура підприємництва тісно взаємопов'язані і формують структуру відносин між працівниками підприємства. Цим елементам належить вирішальна роль на стадії розроблення механізму впровадження новацій і безпосередньо на стадії впровадження. Отже, необхідно дослідити рівень розвитку культури підприємництва та відповідність організаційної структури цілям і завданням підприємства; розробити рекомендації щодо формування їх відповідного стану для здійснення інноваційної політики; передбачити механізм реалізації таких перетворень; сформувати політику розвитку персоналу; розробити методику оцінювання ефективності культури підприємництва та організаційної структури щодо реалізації завдань інноваційного розвитку.

Технічна політика. Визначає можливості впровадження новацій. Завданнями технічної політики є вивчення можливостей виробництва і вимог

до нього та за необхідності усунення виявлених невідповідностей; розроблення напрямів технічного переозброєння (оновлення) основних засобів підприємства; створення механізму реалізації заходів, спрямованих на вдосконалення техніко-технологічного стану підприємства; аналіз та оцінювання ефективності здійснюваної технічної політики [4].

Інвестиційна політика. Охоплює всі фінансово-економічні аспекти функціонування підприємства, що забезпечують реалізацію інноваційної політики. Націлена на управління грошовими потоками на підприємстві з метою накопичення коштів, необхідних для реалізації інноваційних проектів.

Елементи інноваційної політики перебувають у постійній взаємодії. Кожен із них може ініціювати певні інновації, спрямовані на вирішення проблем у певній функціональній сфері. Створення і впровадження інновацій є процесом, до якого залучають усі внутрішні елементи підприємства, усі структурні одиниці, їх постійна взаємодія дає змогу реалізувати інноваційні рішення у заплановані терміни і в межах виділених ресурсів, внести своєчасні корективи у перебіг інноваційної діяльності з метою виявлення оптимального способу реалізації інновацій з урахуванням змін, що сталися у зовнішньому середовищі.[2].

На стадії зародження інновації, як правило, ініціюють взаємодію служб, що відповідають за НДДКР та маркетингову політику. Перша – з точки зору досягнень науки і техніки, друга – з погляду ринкових потреб. На цій стадії здійснюють маркетингові дослідження і збір інформації науково-технічного характеру.

Стадія освоєння інновації характеризується взаємодією відділу НДДКР з маркетинговою службою з метою продажу пробних партій нового товару, формування маркетингової політики та внесення в неї коректив відповідно до зворотних сигналів ринку. Взаємодія зі службами, що відповідають за технічну політику, полягає у визначенні виробничих можливостей підприємства, плануванні заходів з технічного переозброєння для налагодження виробництва новинки. Кадрова політика має бути націлена на формування кваліфікованого

складу працівників, що виготовлятимуть новий продукт, на створення атмосфери взаємодопомоги, єдності з метою подолання труднощів, що виникатимуть у процесі освоєння. Фінансова політика повинна бути спрямована на дотримання бюджету впровадження нового продукту, а якщо пробний маркетинг показав необхідність доопрацювання новинки – на визначення гранично допустимих додаткових витрат на розроблення або ж згортання фінансування (за умови, що ринок не виявив інтересу до новинки) [7].

На стадії дифузії відділ маркетингу ініціює розширення асортименту продукції, що виконуватиметься відділами, які відповідають за НДДКР і технічну політику. Можливості розширення асортименту визначаються як творчими здібностями працівників НДДКР, так і характеристиками обладнання, його гнучкістю, здатністю до переналагодження. Фінансова політика полягає в оцінюванні величини отриманих від реалізації інновації доходів і порівнюванні їх із прогнозними, в ініціюванні заходів, спрямованих на зниження собівартості [5].

Отже, інноваційна політика – це поєднання цілей розвитку і маркетингової діяльності, досліджень і досягнень у науковій та виробничій сферах, управлінських рішень щодо їх впровадження з урахуванням ресурсних обмежень і можливостей підприємства. Завдяки їх оптимальній взаємодії створюються умови для обґрунтованого прийняття та оперативної реалізації ефективних інноваційних рішень на тих сегментах ринку, де працює підприємство. Усі складові інноваційної політики підпорядковуються стратегічним цілям і завданням підприємства. Вона формує його інноваційний потенціал, закладаючи основи для вибору інноваційної стратегії [6].

Список використаної літератури

1. Закон України „Про інноваційну діяльність” від 7.03.2002.
2. М.А. Йохна, В.В. Стадник. Економіка і організація інноваційної діяльності. Навч. посіб. – Київ 2005. – 400 с. [ст. 99-118];
3. Сухоруков А.І. Економіка та організація інноваційної діяльності: Навч.

посібник для студ. вищих навч. закл. / Інститут муніципального менеджменту та бізнесу. – К., 2001. – 184с. [ст. 18-26];

4. Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник/ Під ред. О.І. Волкова, М.П. Денисенка. К.: ВД „Професіонал”, 2004. – 960 с. [ст. 179-201];

5. Василенко В.О., Шматько В.Г. Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. За редакцією В.О Василенко. – Київ: ЦУЛ. Фенікс, 2003. – 440 с. [ст. 38-50];

6. Цигилик І.І., Кропельницька С.О., Мозіль О.І. Ткачук І.Г. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – Київ: ”Центр навчальної літератури”, 2014. – 128 с. [ст. 23-39];

7. Павленко І.А. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. – Київ: КНЕУ, 2014. – 204 с. [ст.94].

*Корнілова І. М., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
ikornilova@ukr.net*

*Багрін А. О., студентка
Київський національний університет імені Тараса Шевченка*

ПОРТФЕЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА: УПРАВЛІНСЬКІ АСПЕКТИ

Сучасна економіка характеризується різким зростанням ролі нематеріальних факторів, значенням інтелектуальної власності (ІВ) у забезпеченні функціонування і розвитку підприємств. Оптимізація управління портфелем ІВ може знизити витрати і підвищити ефективність бізнесу, зробити його більш привабливим для інвесторів, посилити конкурентні позиції на

ринках наукоємної продукції, сприяти переходу національної економіки на інноваційну модель розвитку.

У більш широкому розумінні портфель ІВ визначається як сукупність об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ), що використовується в процесі інноваційного розвитку організації [1].

Поширеним серед дослідників є підхід, що акцентує увагу на правових аспектах ІВ, причому, з різним ступенем охоплення можливих прав ІВ при трактуванні портфелю. Наприклад, більш повним врахуванням прав ІВ відрізняється бачення портфелю як сукупності прав ІВ компанії [2]; пакету патентів та інших охоронних документів, що захищають низку науково-технічних розробок, у рамках яких створено інноваційну продукцію [3]. Водночас, частіше портфель ІВ розглядається через призму патентного портфелю [4]: як сукупності всіх патентів фірми; як блоку патентів, що належать одному патентовласнику і, підкріплюючи один одного, забезпечують йому домінуюче становище в певній галузі.

Спрямованість на врахування специфіки ІВ, а саме діалектичного поєднання її економічної, правової та духовної складових, має бути врахована при управлінні портфелем ІВ. Управління портфелем ІВ – це комплексний, інтегрований, системний процес, спрямований на забезпечення взаємодії та координації при створенні та використанні сукупності ОІВ, майнових прав на них, для досягнення цілей розвитку підприємства при певній комбінації чинників середовища.

Потреба в ефективному управлінні портфелем ІВ пов'язана з прискоренням технологічного розвитку, посиленням напруги конкурентної боротьби. Також слід враховувати тенденції глобалізації ринку. Зокрема, глобалізований ринок, крім нових опцій, може ускладнити комерціалізацію ОІВ. Зокрема, не рідкими є ситуації, коли при виведенні нового продукту з потенціалом конкурентоспроможності у глобальному просторі, ймовірні ускладнення щодо забезпеченням захисту майнових прав ІВ при широких масштабах дифузії нововведень.

Управлінські рішення щодо формування портфелю ІВ передбачають наступне [3]:

- на першому етапі на підприємстві визначаються вектори науково-технічного пошуку, які повністю перекривають всі напрями розвитку в межах повного технологічного циклу створення та виведення на ринок визначеної сукупності наукоємних продуктів;

- на другому етапі ідентифікуються сфери перетину науково-технічних напрямів, які дублюються під час створення різних зразків техніки;

- на третьому етапі оптимізуються сформовані пакети патентів у межах загального портфеля ІВ, мінімізуючи кількість патентів з окремих науково-технічних напрямів;

- на четвертому етапі розробляється загальна стратегія формування портфеля ІВ. Її основне призначення – монополізація низки конкурентних науково-технічних напрямків на ринку інноваційних товарів. Це дозволить створити умови для монополізації відповідного сегменту товарного ринку;

- на п'ятому етапі формується власне портфель ІВ у межах розробленої стратегії.

Підприємство, яке виробляє наукоємну продукцію та прагне захистити і розширити свої позиції на ринку, повинно мати потужний портфель ІВ. Водночас, якщо портфель буде дуже розгалуженим, то можуть виникнути проблеми забезпечення оптимізації його розширеного відтворення та використання. Часто для уникнення ситуації втраченої вигоди, досягнення узгодженого управління ОІВ доречним стає структурування портфелю на блоки за різними критеріями. Наприклад, можливе виділення блоків за видами ОІВ: об'єкти авторського права і суміжних прав, патенти, комерційна таємниця, засоби індивідуалізації тощо. Водночас, при цьому актуальними залишаються питання забезпечення системного бачення складових загального портфелю та взаємодії між ними.

Формування та використання портфеля ІВ повинне здійснюватися не спонтанно, а на засадах оптимальності, доцільності, комплексності,

системності, емерджентності, коеволюції, адаптивності, із дотриманням виваженої політики виключних прав та інтегрованості в загальну систему менеджменту підприємства.

Ефективне управління портфелем ІВ дозволяє досягти низки цілей [5,6]. Насамперед, мова йде про створення бар'єрів для входу. Портфель ІВ може перешкодити конкурентам увійти на комерційно привабливий ринок. Наприклад, володіння портфелем патентів на нову технологію (включає патент на основний продукт та додаткові патенти, що охоплюють права на модифікації базового винаходу) не дозволить конкурентам використовувати, виробляти, продавати продукт підприємства-творця. В цьому випадку добре керований патентний портфель створює захисний простір, закритий для інших. Крім того, створення бар'єрів для входу підвищує зацікавленість інвесторів. Інвестиційній привабливості підприємства додає його ексклюзивна позиція на ринку, пов'язана з монополією прав ІВ, перспектив розвитку продуктів. Також, комплексний портфель ІВ може зробити бізнес більш цінним, відповідно, збільшити прибуток, зокрема, за рахунок комерційної передачі певних прав ІВ на ліцензійній основі.

Доцільно піклуватися про захист репутації підприємства. Важливим є здійснення моніторингу дотримання у ринковому середовищі власних прав на ОІВ та неприпустимості порушення прав ІВ інших економічних суб'єктів.

Не слід забувати й про забезпечення стійкості, стабільності. Управлінські рішення щодо створення, розширеного відтворення, використання портфелю ІВ при врахуванні циклічності розвитку дозволяють зменшити ризики, попередити й уникнути кризових явищ, визначити нові вектори розвитку.

При управлінні портфелем ІВ слід враховувати ієрархію за пріоритетністю й різні цілі використання його складових (захист, розширення присутності, вихід на нові ринки, блокування конкурентів, отримання доходів через ліцензування тощо). Для підприємства залежно від комбінації внутрішніх та зовнішніх чинників цей аспект виступає важливим аргументом при прийнятті рішень щодо зосередження уваги та ресурсів на інтенсивному

використанні певних ОІВ. Наприклад, при обмеженості фінансового потенціалу вирішальне значення щодо перерозподілу коштів для забезпечення найкращих умов для комерціалізації може мати критерій рівня внеску ОІВ в загальний прибуток підприємства (якщо саме цей критерій закладений в основу ієрархії портфелю ІВ).

Інший аспект управління - досягнення синергетичного ефекту від спільного використання прав на різні ОІВ, що належать підприємству. При цьому необхідно враховувати арену, фокус портфеля. У широкому сенсі об'єктом управління є сукупність прав на ОІВ всього підприємства. Водночас, можливе фокусування на правах ІВ щодо певного ОІВ чи кола зв'язаних ОІВ.

Отже, необхідною складовою системи менеджменту сучасного інноваційно орієнтованого підприємства має бути налагодження розширеного відтворення та використання портфелю ІВ. Вихідні постулати ефективного управління портфелем ІВ – це комплексний, системний, структурний, процесний підходи до його здійснення, усвідомлення стратегічного значення в досягненні цілей розвитку підприємства.

Список використаної літератури

1. Осовська Г. В., Фещенко А. О. Управління інтелектуальною складовою інноваційного потенціалу при здійсненні технологічних інновацій на підприємствах харчової промисловості/ Г.В. Осовська, А.О. Фещенко//Інноваційна економіка. 2015. №3. С. 54-60.

2. AndersonDuff. ManaginganIntellectualPropertyPortfolio[Електронний ресурс] /DuffAnderson. May 2, 2017.- Режим доступу до ресурсу: <https://revisionlegal.com/trademark/intellectual-property/managing-intellectual-property-portfolio/>

3. Інноваційне підприємництво: креативність, комерціалізація, екосистема: навч. посіб./; ред.: Ю. М. Бажал. Київ: Пульсари, 2015. 278 с.

4. Мальцева Е. А. Управлениепатентным портфелем компании[Електронний ресурс]/ Е. А. Мальцева. 2014. - Режим доступу до ресурсу: http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/41031/1/pzeiu_2014_27.pdf

5. Nicola Baker-Munton. Intellectual property portfolio management [Електроннийресурс] / Baker-Munton Nicola. August, 2016. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.financierworldwide.com/intellectual-property-portfolio-management#.XnoKrIgzZPb>

6. Upcounsel. Intellectual Property Portfolio Management: Everything You Need to Know [Електроннийресурс] / Режимдоступудоресурсу: <https://www.upcounsel.com/intellectual-property-portfolio-management>

7. Дергачова В. В. Інтелектуальна власність: навч. посіб./ В. В. Дергачова, С. О. Пермінова. К.: НТУУ «КПІ», 2015. - 416 с.

Кочкін В.О., студент

*Бесчастна Д.О., викладач кафедри статистики,
обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет ім. Олеся Гончара
mrklubocheck@gmail.com*

ОЦІНКА ВПЛИВУ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА НА ОКРЕМІ ГАЛУЗІ ЕКОНОМІКИ

У кожній державі, в будь-якому суспільстві сільське господарство є життєво необхідною галуззю народного господарства, оскільки зачіпає інтереси буквально кожної людини. Адже нині понад 80 % фонду споживання формується за рахунок продукції сільського господарства. Тому виробництво її є найпершою умовою існування людства.

Однак для України, яка стала на шлях ринкової економіки, сільське господарство має особливо велике значення тому, що воно є однією з найбільших галузей народного господарства. Про це свідчить ряд важливих макроекономічних параметрів. Найважливішим серед них є частка сільського господарства у валовому внутрішньому продукті держави (ВВП). У 1990 р. вона становила 24,4 %. За роки економічної кризи вказаний параметр почав

знижуватися і вже у 1993 р. складав 21,5 %, у 1995 р. — 13,4, в 1999 р. — 12,8%. Таке істотне зниження внеску галузі у створення ВВП пояснюється переважно ціновим фактором.

Суть дослідження полягає у вивченні факторів, що впливають на виробництво продовольчих товарів, а саме на обсяг виробництва виробів із борошна. Першим фактором, що потенційно може мати вплив на обсяг виробів є «урожайність зернових культур».

Таблиця 1

Вихідні данні дослідження впливу на обсяги виробництва продукції виробів з борошна

Рік	Обсяг виробництва продукції з борошна (в млн. грн)	Урожайність зернових (ц/га)	Капітальні інвестиції (млн. грн)
2010	15,1	26,9	6,25
2011	16,6	37	11,03
2012	17,0	31,2	11,89
2013	19,9	39,9	11,96
2014	19,4	43,7	12,7
2015	26,3	41,1	20,64
2016	26,1	46,1	39,77
2017	26,6	42,5	53
2018	30,1	47,4	51,53

Протягом періоду 2010-2018 спостерігають зміни у показниках обсягу виробництва продукції з борошна, урожайності зернових та інвестицій у підприємства з вирощування зернових культур, що зображені на рис.1.

Середній абсолютний приріст виробництва продукції з борошна за період 2010-2018 склав 1,8 млн. грн; для урожайності 2,6 ц/га; для інвестицій 5,6 млн. грн. В період 2014-2015 спостерігається стрімкий ріст інвестицій та виробництва продукції з борошна.

В ході дослідження було встановлено, що між факторною(урожайність зернових) та результативною(обсяг виробів з борошна) ознаками є зв'язок, але він мав середнє значення, $R=0,72$. На місце факторного показника X було запропоновано капітальні інвестиції у підприємства з виготовлення виробів з

борошна. Надалі досліджується вплив капітальних інвестицій в підприємства з вирощування зернових культур та обсяг виробів з борошна.

Рівняння залежності обсягів виробництва продукції з борошна та капітальних інвестицій має вигляд: $y = 656458x - 4019042,399$, де x – сума капітальних інвестицій у підприємства з вирощування зернових, а y – обсяг виробництва продукції (у грн).

Коефіцієнт детермінації ($R^2=0,79$) вказує на те, що зміна результативної ознаки залежить на 79% від зміни факторної.

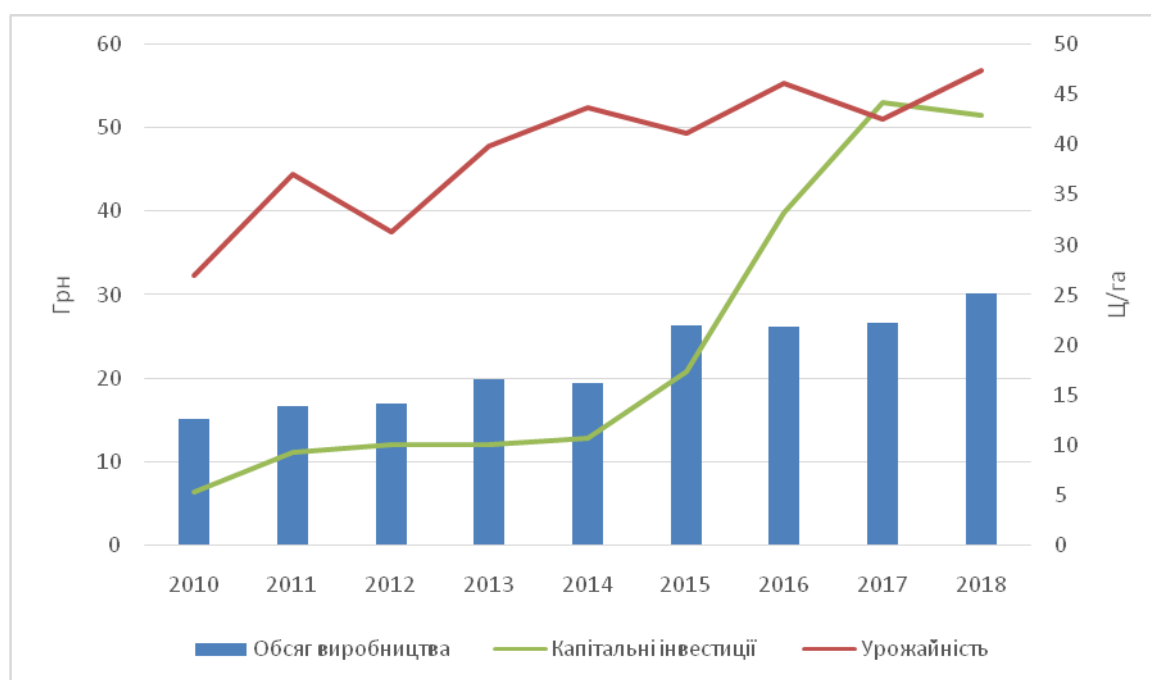


Рисунок 1 – Динаміка показників обсягів виробництва продукції з борошна, інвестицій та урожайності в період 2010-2018

$R=0,89$ вказує на високу тісноту зв'язку між обсягом інвестицій та виробництвом продукції з борошна, отже залежність між факторною і результативною ознаками існує.

Рівень значимість $F=0,001425 < 0,05$, це означає відхилення нульової гіпотези, отже рівняння регресії є значущим.

В ході дослідження було доведено те, що коефіцієнти $\beta_0 = -4019042,4$ та $\beta_1 = 656457,65$ є значущими.

Перевірка на значущість: Т-статистика для параметрів β_0 та β_1 вказує на те, що обидва показники є значущими, оскільки $|t\text{-статистика}| > \text{Критерій Стьюдента}$; р-значення менше за 0,05.

Зв'язок між урожайністю зернових культур та виготовленням виробів із борошна відхиляється через незначущість коефіцієнтів рівняння регресії та замалий коефіцієнт детермінації. Зв'язок між інвестиціями в підприємства в вирощування зернових культур та між обсягом виготовленої продукції з борошна існує, на це вказує аналіз даних, а саме аналіз за критерієм Фішера, Р-значенням та t-статистикою. За даними аналізу, вплив інвестицій на обсяг виробництва становить 79%. Зміна на 1% інвестицій призводить до зміни в обсягу виробництва менш ніж на 1%.

Список використаної літератури

1. Державна служба статистики України управління статистики [Електронний ресурс]; Режим доступу: ukrstat.gov.org
2. Буковинська бібліотека [Електронний ресурс]; Режим доступу; <https://buklib.net/books/22255/>

*Лазановський П.П., доцент
доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Українська академія друкарства
lazanovskyi@ukr.net*

СТРУКТУРА ПАРКУ УСТАТКУВАННЯ ПОЛІГРАФІЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА: МЕТОДИКА АНАЛІЗУ

На сучасному етапі розвитку економіки України до числа одних із першочергових завдань висувається проблема підвищення ефективності суспільного виробництва на основі використання якісних факторів економічного зростання, і перш за все, інтенсивних факторів розвитку, збільшення віддачі капітальних вкладень і основних виробничих фондів (ОВФ)

підприємств. У цьому контексті велика роль належить удосконаленню складу та структури ОВФ і особливо їх активної частини (машин і устаткування), підвищенню їх технічного рівня, своєчасному та якісному оновленню [1].

Організація оновлення активної частини основних фондів підприємства залежить від галузевої специфіки. Підприємства сфери поліграфії відрізняються між собою масштабами виробництва, технологією виготовлення продукції, її асортиментом і номенклатурою.

Ринкова система господарювання вимагає від поліграфічних підприємств розвитку процесу відтворення їхньої технічної бази на основі інтенсивних методів. Але, на превеликий жаль, вони не використовують всі існуючі можливості для якісного дослідження стану технічної бази виробництва з цілої низки причин, у тому числі й через недосконалість (а то й відсутність взагалі) відповідних методик для цього [2].

Питання аналізу структури машинного парку поліграфічних підприємств вимагають комплексного підходу в своєму вирішенні, на використанні якого й побудована методика, запропонована в цій публікації. .

Нами пропонується виконувати аналіз структури парку технологічного устаткування за різними ознаками, які вказані нижче та наведені безпосередні результати за даними одного із поліграфічних підприємств Львівщини, а саме:

- 1) структура устаткування за його технологічним призначенням:

Технологічна група устаткування							
додрукарське		друкарське		післядрукарське		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
14	25,0	6	10,7	36	64,3	56	100,0

- 2) структура устаткування за віковою ознакою по підприємству в цілому:

Устаткування за віковою групою									
до 5 років		від 6÷10 років		від 11÷20 років		більше 20 років		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
9	37,5	23				-	-	56	100,0

3) структура устаткування за віковою ознакою у розрізі його технологічних груп:

додрукарське									
до 5 років		від 6÷10 років		від 11÷20 років		більше 20 років		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
4	28,6	10	71,4	-	-	-	-	14	100,0

3.1) середній вік додрукарського устаткування:

$$T_c = \frac{3 \times 3 + 1 \times 5 + 4 \times 6 + 2 \times 8 + 4 \times 9}{14} = 6,43 \text{ року}$$

друкарське									
до 5 років		від 6÷10 років		від 11÷20 років		більше 20 років		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
-	-	2	33,3	4	66,7	-	-	6	100,0

3.2) середній вік друкарського устаткування :

$$T_c = \frac{2 \times 7 + 4 \times 12}{6} = 10,33 \text{ року}$$

післядрукарське									
до 5 років		від 6÷10 років		від 11÷20 років		більше 20 років		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
5	13,9	19	52,8	12	33,3	-	-	36	100,0

3.3) середній вік післядрукарського устаткування:

$$T_c = \frac{5 \times 4 + 6 \times 8 + 8 \times 7 + 4 \times 7 + 6 \times 11 + 6 \times 10}{36} = 7,72 \text{ року}$$

3.4) середній вік устаткування в цілому по машинному парку підприємства:

$$T_{сер} = \frac{6,43 + 10,33 + 7,72}{3} = 8,16 \text{ року}$$

4) структура устаткування за видами його фізичного зносу:

додрукарське							
нормальний (до 5 років)		підвищений (до першого капремонту)		високий (після першого капремонту)		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
4	28,6	10	71,4	-	-	14	100,0

друкарське							
нормальний (до 5 років)		підвищений (до першого капремонту)		високий (після першого капремонту)		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
-	-	4	66,7	2	33,3	6	100,0

післядрукарське							
нормальний (до 5 років)		підвищений (до першого капремонту)		високий (після першого капремонту)		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
5	13,9	12	33,3	19	52,8	36	100,0

5) ступінь зносу технологічних груп устаткування :

5.1) ступінь морального зносу устаткування I виду:

додрукарське	друкарське	післядрукарське	всього
0,643	0,728	0,801	0,724

5.2) ступінь фізичного зносу устаткування:

додрукарське	друкарське	післядрукарське	всього
0,412	0,674	0,636	0,574

б) структура устаткування за видами його використання:

діюче		недіюче		невстановлене		законсервоване		всього	
штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %	штук	частка, %
56	100	-	-	-	-	-	-	56	100,0

Найбільш повноцінною для прийняття рішень підприємством з питань оновлення його технічної бази виробництва буде така методика, яка охоплюватиме водночас і показники використання устаткування та оновлення, більшість з яких на сьогодні добре розроблена науковцями і практиками.

Список використаної літератури

1. Акбердин Р. З. Экономика обновления парка оборудования в машиностроении – М.: Машиностроение, 1987. – 184 с.

2. Стеців Л.П., Лазановський П.П. Активізація інноваційної діяльності підприємств через нові технології управління. Стратегії та технології інноваційного розвитку корпорацій: монографія / за заг. ред. д.е.н., проф. О.М. Полінкевич.- Луцьк: Вежа-Друк, 2018.- 368 с.

*Ларіонова К.Л. к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Хмельницький національний університет
K_Larionova@i.ua*

ОСНОВНІ КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ДЕПОЗИТНОЇ ПОЛІТИКИ БАНКУ

Формування депозитної політики банків посідає провідне місце у забезпеченні їх конкурентних переваг на фінансовому ринку. Останні банківські кризи привели до того, що кожен банк в межах нормативно-правової бази повинен формувати ефективну депозитну політику щодо процентної політики, структури залучення ресурсів, джерел поповнення власного капіталу задля нівелювання та покриття прийнятих ризиків.

В умовах подальшого розвитку ринкових відносин та загострення конкуренції між банківськими установами за потенційних клієнтів-вкладників кожен банк повинен не формально, а обґрунтовано підходити до розроблення концепції депозитної політики, визначаючи оптимальну технологію

депозитного обслуговування, склад депозитного портфеля, граничні терміни, відсоткові ставки та інші умови залучення депозитів [2, с. 66].

До основних характерних рис депозитної політики банків слід віднести її тісний зв'язок з кредитною політикою банку, оскільки вона забезпечує взаємозв'язок та взаємоузгодження між депозитними та кредитними операціями за термінами й сумами; спрямованість на задоволення потреб банку в ліквідності шляхом активного залучення коштів, зокрема запозичених; об'єднання стратегії та тактики банку щодо залучення грошових коштів вкладників та інших кредиторів, а також визначення їх найефективнішої комбінації; ґрунтування на асортименті високоякісних депозитних послуг, різноманітних форм та методів залучення коштів, де особлива увага приділяється строковим депозитам, які сприяють підтримці ліквідності балансу банку та є більш прогнозованими; забезпечення стійкості депозитної бази та конкурентні переваги на фінансовому ринку. В основі формування депозитної політики лежать як загальні, так і специфічні принципи (таблиця 1).

Дотримання цих принципів дає змогу банкам сформувавши як стратегічні, так і тактичні напрями в організації депозитних операцій, забезпечуючи ефективність та оптимізацію його депозитної політики.

Основною метою депозитної політики є максимізація обсягів депозитів за мінімізації ціни задля забезпечення високого рівня ліквідності, рентабельності та прибутковості, і як наслідок зростання конкурентоспроможності банку.

Дотримання наведених принципів дає змогу банківській установі сформувавши як стратегічні, так і тактичні напрями в організації депозитного процесу, забезпечуючи ефективність та оптимізацію його депозитної політики.

Проаналізувавши загальні і специфічні принципи депозитної політики нами було запропоновано впровадити додатково такі принципи управління залученими ресурсами: принцип забезпечення ліквідності та принцип оперативності.

Принципи формування депозитної політики банку

Принципи		Характеристика принципу
Загальні принципи	Принцип наукової обґрунтованості	Базується на новітніх досягненнях науки та передового досвіду з урахуванням дії економічних законів у межах конкретного банку з використанням науково обґрунтованих методик
	Принцип цілісності системи	Депозитна політика виступає як підсистема політики банку в цілому. Вона має первинний характер щодо політики у сфері активних операцій
	Принцип комплексного підходу	Розроблення теоретичних основ, пріоритетних напрямів депозитної політики та оцінка дохідності від розміщення депозитів із погляду стратегії розвитку банку
	Принцип оптимальності та ефективності	Розроблення ефективних та оптимальних для цього етапу розвитку банку тактичних напрямів і методів. Визначає цілі й обсяги залучених банківських ресурсів та ефективну їх реалізацію
	Принцип єдності елементів	Усі елементи депозитної політики розглядаються не ізольовано, а в тісному взаємозв'язку і взаємозалежності
Специфічні принципи	Принцип забезпечення оптимального рівня витрат	Характеризує цінову політику банку, вміння керівництва банку адекватно реагувати на зміни ринкових цін на депозити для регулювання прибутковості та зниження очікуваних витрат. Відсоткові ставки орієнтовані на ринкову кон'юнктуру
	Принцип безпеки операцій банку	Характеризує систему захисту економічних інтересів клієнтів щодо збереження банківської таємниці за їх рахунками, а також підтримання оперативної ліквідності банку
	Принцип забезпечення надійності	Від надійності банку залежить рівень ризику клієнта щодо повернення депозиту і сплати відсотків. Якість і кількість залучених коштів відображають стабільність і надійність банку
	Принцип забезпечення ліквідності	даний принцип передбачає, що формування залучених ресурсів банку повинно здійснюватися при умові забезпечення заданого рівня ліквідності
	Принцип оперативності	система управління залученими ресурсами банку має забезпечувати своєчасність у прийнятті управлінських рішень

Джерело: систематизовано автором на основі [2; 4].

Впровадження принципу забезпечення ліквідності регламентує, що формування депозитних ресурсів банку повинно відбуватись у відповідності з обсягами та строками їх розміщення в активи даного банку, оскільки невідповідність строків розміщення призведе до суттєвого розриву ліквідності та поставить під загрозу функціонування банку в цілому;

Застосування принципу оперативності дасть змогу здійснювати управління депозитними ресурсами банку своєчасно, що дозволить оперативно приймати ефективні управлінські рішення у разі зміни кон'юнктури ринку фінансових ресурсів.

Ефективне управління пасивами потребує здійснення науково обґрунтованої депозитної політики. Депозитна політика як складова системи управління діяльністю банку включає напрями та завдання задля розвитку депозитних операцій та підвищення їх ефективності (таблиця 2).

Отже, аналіз депозитного ринку допоможе банку краще вивчити потреби споживачів та визначити депозитну політику конкурентів. Обираючи напрям визначення цільових ринків для мінімізації депозитного ризику, банк зможе завоювати конкурентні позиції на певних сегментах ринку, а також здійснювати контроль над депозитними ризиками.

Таблиця 2

Напрями та завдання депозитної політики

Напрямок	Завдання
Аналіз депозитного ринку	Вивчення потреб споживачів, вивчення депозитних політик конкурентів, оцінювання впливу політики НБУ на стан депозитного ринку та тенденції його розвитку.
Визначення цільових ринків для мінімізації депозитного ризику	Підвищення рівня макроекономічних досліджень кожного сегменту ринку задля завоювання конкурентних позицій на певних сегментах ринку, а також ідентифікація, контроль та моніторинг ризиків.
Мінімізація витрат у процесі залучення коштів на депозити	Постійний пошук шляхів та засобів зменшення процентних витрат за залученими ресурсами, раціоналізація банківського бізнесу
Оптимізація управління депозитним та кредитним портфелями банку	Підтримка взаємного зв'язку та взаємного узгодження між депозитними операціями та операціями з видачі кредитів за сумами й строками депозитів та кредитних вкладень.
Підтримка ліквідності банку та підвищення його стійкості	Підтримка дорогих та низькооплачуваних депозитних ресурсів на такому рівні, щоби забезпечити відповідну рентабельність банківської установи та ліквідність балансу

Джерело: систематизовано авторами за матеріалами джерел [1, 3]

Залучаючи кошти на депозити, банк прагне розміщувати отримані ресурси так, щоб максимізувати прибутки та мінімізувати витрати, що зазнає банк під час залучення коштів, тому перед ним постає необхідність постійного

пошуку шляхів та методів зменшення витрат. Підтримка ліквідності банку є запорукою його стійкості, оскільки банк, який володіє достатнім рівнем ліквідності, може з мінімальними затратами виконувати свої функції. Депозитна політика є системою, яка включає елементи процесу управління діяльністю банку, а саме стратегію, тактику та контроль.

Як і управління будь-яким процесом, управління депозитними операціями підпорядковується загальним банківським вимогам, тобто поєднанню ліквідності, дохідності та ризику. Основним критерієм розроблення депозитної політики є правильне формулювання мети та завдань для її реалізації (таблиця 3).

Таблиця 3

Елементи депозитної політики банку

Елементи	Мета	Завдання
Стратегія банку щодо розроблення основних напрямів депозитного процесу	Досягнення довгострокових цілей банку щодо зростання клієнтської бази та збільшення конкурентоспроможності за рахунок надання клієнтам якісних банківських послуг таким чином і в такому обсязі, які відповідають високим професійним стандартам та забезпечують відповідний прибуток банку.	– забезпечення в процесі проведення депозитних операцій, отримання банківського прибутку або створення умов для отримання прибутку в майбутньому; – завоювання конкурентних позицій на певних сегментах ринку.
Тактика банку з організації формування ресурсної бази	Залучення якомога більшої кількості грошових коштів за найменшою ціною за умови забезпечення ліквідності банку	– підтримання необхідного рівня банківської ліквідності; – забезпечення диверсифікації суб'єктів депозитних операцій; – розширення спектра депозитних операцій, їх диверсифікація за сумами, валютою, термінами тощо; – мінімізація вільних коштів на депозитних рахунках; – проведення гнучкої процентної політики; – підвищення якості та культури обслуговування; – підвищення ефективності управління персоналом.
Контроль за реалізацією депозитної політики	Задоволення потреб клієнтів шляхом забезпечення якісного рівня обслуговування	– контроль за якістю надання депозитних послуг щодо швидкості, зручності, мобільності, можливості надання додаткових супроводжувальних послуг, а також культури обслуговування; – контроль за економічною ефективністю депозитної політики, оцінювання ресурсної бази, а саме обсягу, структури та основних тенденцій у розвитку складових частин.

Джерело: систематизовано авторами за матеріалами джерел [1; 4; 5]

Основними напрямками, що стосуються підвищення ефективності проведення депозитної політики банку є: формування кожним банком власної депозитної політики, виробленої з урахуванням специфіки його діяльності та критеріїв оптимізації цього процесу; розвиток депозитних операцій з населенням на основі упровадження нової техніки і технології банківського обслуговування фізичних осіб; забезпечення високої стійкості залучених банком коштів; активне використання процентної політики як методу стимулювання розміщення коштів на різні види депозитів; розширення обсягу термінових депозитів шляхом використання коштів спеціального призначення, які знаходяться на рахунках підприємств; забезпечити захист інтересів вкладників, що дозволить реально підвищити надійність банків та їх здатність виконувати функцію щодо перетворення заощаджень громадян в інвестиції.

Список використаної літератури

1. Бартош О. М. Депозитна політика як складова системи управління діяльністю банку [Текст] / О. М. Бартош // Фінансовий простір. – 2014. – №4(16). – С. 19-24.
2. Золаторьова О. Модифікація депозитної політики комерційних банків України / О.Золаторьова, Ю.Півняк, О.Гурбич// Економіка та держава. – 2015. – № 2. – С. 65–69.
3. Коваленко О. Депозитна політика банків та її вплив на ефективність залучення депозитних ресурсів. Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 2. – С. 39–44.
4. Ковшарь А.І. Шляхи удосконалення депозитної політики на сучасному етапі / А.І. Ковшарь, О.Г. Марченко // Фінанси України. – 2011. – № 7. – С. 42–45.
5. Співак С.І. Депозитна політика комерційних банків [Електронний ресурс]. - Режим доступу. – <http://archive.nbuv.gov.ua>

*Ларіонова К.Л. к.е.н. , доцент
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування*

*Хмиз О.М.
Хмельницький національний університет
sashakhmyzlove@gmail.com*

СУТНІСТЬ КРЕДИТНОГО РИЗИКУ БАНКУ ТА ПІДХОДИ ЩОДО ЙОГО ВИЗНАЧЕННЯ

Процеси інтернаціоналізації та глобалізації на фінансовому ринку загострюють питання необхідності переоцінки ролі та місця управління кредитними ризиками банківських установ в загальній системі забезпечення їх фінансової стійкості. Останнім часом для більшості українських банків проблема кредитного ризику постала досить гостро у зв'язку зі зростанням обсягів проблемної заборгованості.

Глобалізація банківської діяльності, яка проникла та пронизує всі фінансові системи, що сформувалися в кожній країні, приховує не тільки переваги, а й недоліки, які змушують постійно вдосконалювати підходи як до теоретичного обґрунтування різноманітних понять, так і практичного вдосконалення інструментарію управління зростаючими та модифікованими ризиками банківської діяльності. Зокрема, у банківській діяльності саме кредитні операції мають випереджаючі темпи розвитку, тоді як інші операції відстають від закордонних аналогів (операції з цінними паперами, факторингові, лізингові). Банки змушені постійно вдосконалювати стратегію і тактику своєї кредитної діяльності, а правильно обрана концепція управління кредитним ризиком дозволить банку вижити й розвиватись в обраному напрямку. Саме тому вдосконалення теоретичного підґрунтя щодо сутності кредитного ризику має важливе значення для подальшої успішної його ідентифікації та управління.

У межах даного дослідження необхідно, в першу чергу, визначитися з

термінологічним змістом основного поняття «кредитний ризик».Різноманітні джерела економічної інформації подають багато визначень кредитного ризику, тому понятійний апарат потребує докладного аналізу та уточнення .

Єдиного підходу до трактування сутності «кредитний ризик банку» не існує, це підтверджує багатоаспектність даної категорії (як вірогідності відхилення від сподіваного результату; загрози втрат; вірогідності отримання як збитків, так і прибутку; невпевненості передбачення результату; ситуативної характеристики діяльності банку, що відображає невизначеність її результату; діяльності банку, пов'язаної з подоланням невизначеності), тобто в науковій літературі виділяється кілька підходів до інтерпретації поняття «кредитний ризик».

Визначення кредитного ризику банку, як вірогідності отримання збитків (витрат), наводять багато вітчизняних науковців у своїх працях, зокрема такі, як Кабушкин С. Н. [4], Копбаева Г. Ш. [5] визначають сутність кредитного ризику як ситуацію, в якій контрагент операції (банк, клієнт) не може виконати зобов'язання, що виникли в момент укладення фінансової угоди. Тлумачення кредитного ризику у такому аспекті виражає лише негативну сторону даного поняття, притаманну лише для індивідуальних кредитних ризиків, оскільки кредитний портфель, за умов грамотного та доцільного управління дає можливості банку на рівні з витратами отримати й чистий прибуток.

Не можна не погодитись з думкою таких науковців, як Лобанов А. і Чугунов А. [6], які вбачали суть кредитного ризику як ризику втрат, тобто ризик того, що зобов'язання не будуть виконані перед банком у результаті фінансових ускладнень або небажання позичальника розрахуватися за кредитом.

Однак ряд науковців вважають, що суть кредитного ризику розкривається через втрату частини активів банку. Верхуша Н.[1]. формулює своє визначення так: «кредитний ризик банку – це ймовірність зміни вартості або визнання активів банку знеціненими/нестратегічними через відкриття ризикової позиції, що виникає під впливом та внаслідок взаємодії зовнішніх і внутрішніх щодо

банку ризик-факторів, і характеризується суттєвими несприятливими відхиленнями від очікуваних результатів».

Схоже визначення дає Єпіфанов А. [3], пояснюючи кредитний ризик як ситуативну характеристику кредитної діяльності банку, що відображає ймовірність втрат вартості активів, існуючих в формі виданих позичок, врахованих векселів, наданих банком гарантій і поручительств.

Досліджуючи сутність кредитного ризику банківської установи доцільно також визначити його особливості, через те, що наслідки прояву кредитного ризику є досить небезпечними для банків, важливим є розуміння того, як вони впливають на ефективність банківської діяльності, що дозволить обрати найбільш дієві інструменти та методи управління кредитним ризиком.

Кредитний ризик для банківської установи має подвійний характер, він виражається в умовному поділі на кредитний ризик окремої активної операції і ризик, пов'язаний з управлінням портфелем активних операцій. Тому є доцільним проводити дослідження кредитного ризику банківських установ на двох рівнях – індивідуальному та портфельному.

Кредитний ризик тісно переплітається з іншими видами ризиків, що притаманні банківській діяльності. Наприклад, якщо кредитний ризик призвів до фінансових втрат, то банківська установа може стикнутися з наступними ризиками: ліквідності, неплатоспроможності та ризиком втрати репутації. Крім названих ризиків, можливими також є інфляційний ризик - у випадку якщо кредит видавався на довгостроковий період з фіксованою процентною ставкою, валютний ризик – у випадку, коли кредит був виданий в іноземній валюті, відсотковий ризик може виникати внаслідок розбалансованості активів та пасивів за строками та при видачі кредиту з плаваючою процентною ставкою, ринковий ризик - при зміні ринкової вартості забезпечення кредиту.

Кредитному ризику властива невизначеність наслідків, ця характеристика кредитного ризику визначається недетерміновістю його фінансових результатів, тобто кредитний ризик може супроводжуватися як суттєвими фінансовими втратами для банку, так і формуванням додаткових його доходів.

Разом з тим кредитний ризик характеризується та вимірюється рівнем можливих несприятливих наслідків, що зумовлює необхідність застосування банківською установою методів впливу на чинники кредитних ризиків та компенсації негативних наслідків їх впливу з метою досягнення як прибутковості активних операцій окремого банку, так і стабільності функціонування банківської системи країни в цілому.

Кредитному ризику притаманна динамічність, тобто рівень кредитного ризику не є незмінним. Перш за все, він залежить від тривалості здійснення фінансової операції, тому що фактор часу самостійно впливає на рівень даного ризику. Крім того, показник рівня кредитного ризику значно варіює під впливом об'єктивних та суб'єктивних факторів, оскільки як банківська установа, так і її клієнт, здійснюють свою діяльність в економічному, соціальному, політичному динамічному середовищі [2].

Оцінка кредитного ризику також має суб'єктивний характер, оскільки визначається різним рівнем повноти та достовірності інформаційної бази, кваліфікації менеджерів банку, їх досвіду у сфері ризик-менеджменту та іншими факторами, що є специфічними для кожного конкретного виду активів: для кредитних вкладень – кредитоспроможність позичальника, якість забезпечення, якість обслуговування (недотримання фінансової дисципліни позичальником кредиту, своєчасність погашення тощо), для вкладень у цінні папери – фінансова стабільність емітента, умови випуску й обігу, котирування на біржі.

Таким чином, на основі проведеного аналізу визначень поняття «кредитний ризик банку» та характеристики основних його особливостей, доцільно сформулювати власне визначення кредитного ризику «це – ризик, який характеризується кількісно оціненою невідповідністю очікуванням числових, просторових та часових параметрів грошових потоків, які згідно з узятими фінансовими зобов'язаннями контрагент мав би направити банку, та виникає внаслідок дії внутрішніх керованих та зовнішніх некерованих

факторів, що в результаті призводить до можливих втрат капіталу та надходжень».

На нашу думку, дане визначення «кредитного ризику» дає змогу максимально врахувати сутнісні його ознаки, адже воно є універсальним з точки зору врахування імовірної природи ризикової діяльності, характеру дії кредитного ризику, причин виникнення та наслідків для банківської установи, також у ньому вказується як суб'єкт так і об'єкт ризику. Крім того, запропоноване визначення «кредитного ризику» вказує на вартісне вираження реалізації кредитного ризику і акцентує, що порушення умови повернення позикових коштів може бути спричинене дією як зовнішніх, так і внутрішніх чинників.

Список використаної літератури

1. Верхуша Н. П. Сутність кредитного ризику банку та його фактори / Н.П. Верхуша // Вісник Української академії банківської справи. – 2016. – № 2. – С. 67-73.
2. Вовчак О.Д. Поняття кредитного ризику в банківській системі України / Вовчак О.Д., Онуфрієнко М.П. // Науковий вісник Херсонського державного університету. – 2014. – Вип.8. – С. 171-174
3. Єпіфанов А.О. Операції комерційних банків : навч. посіб. / А.О.Єпіфанов, Н. Г. Маслак, І. В. Сало. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2007. – 523 с.
4. Кабушкин С. Н. Управление банковским кредитным риском : учебн. пособ. / С. Н. Кабушкин. – М. : Новое издание, 2014. – 336 с.
5. Копбаева Г. Ш. Управление кредитными рисками / Г. Ш. Копбаева // Деньги и кредит. – 2002. – № 1. – С. 48-51.
6. Лобанов А. А. Енциклопедія фінансового ризик-менеджменту / А. А. Лобанов, А. В. Чугунов. – К. : Знання, 2003. – 786 с.

*Меджибовська Н.С., д.е.н., професор
професор кафедри економічної кібернетики
та інформаційних технологій
Одеського національного економічного університету
nmedzh@oneu.edu.ua*

АНАЛІЗ ДИНАМІКИ УЧАСТІ МАЛОГО БІЗНЕСУ В ПУБЛІЧНИХ ЗАКУПІВЛЯХ

Метою даного дослідження є аналіз змін, що відбулися за 2017 і 2018 роки в поведінці представників малого бізнесу при їх роботі в системі публічних закупівель ProZorro. В якості типових представників малого бізнесу були вибрані фізичні особи-підприємці (далі – ФОП).

Активність ФОПів на ProZorro була вивчена з точки зору їх територіальної «прихильності» до регіону їх реєстрації. Наприклад, по Одеській області ми оцінювали участь ФОПів, що зареєстровано в цій області, в публічних закупівлях на ProZorro, і виділяли частку цих закупівель, організаторами яких були державні замовники з Одеської області. З метою зіставлення даних ми використовували відносні величини, тобто виділяли процедури, в яких брали участь ФОПи, що зареєстровані в цільовій області, і визначали ту їх частину, яка відбувалася в їх «рідних» областях. Оцінка проводилася за показниками кількості тендерів, очікуваної вартості закупівлі та економії. Були використані дані професійного модуля аналітики ProZorro, що є онлайн-інструментом для агрегування, сортування та обробки даних про публічні закупівлі в Україні [1].

Аналіз проводився по 3-м основним процедурам закупівлі (допорогові закупівлі, відкриті торги і процедури звітування про укладений договір), оскільки інші види процедур за результатами попереднього розгляду виявилися нечисленними і обмеженими в територіальному поширенні.

Аналіз змін, що відбулися за вказаний період, показав, що в більшості областей «прихильність» ФОПів в допорогових закупівлях до рідної області зменшилася, про що свідчать негативні значення по вертикальній осі для

багатьох регіонів, особливо по параметру очікуваної вартості закупівлі та економії (рис. 1).

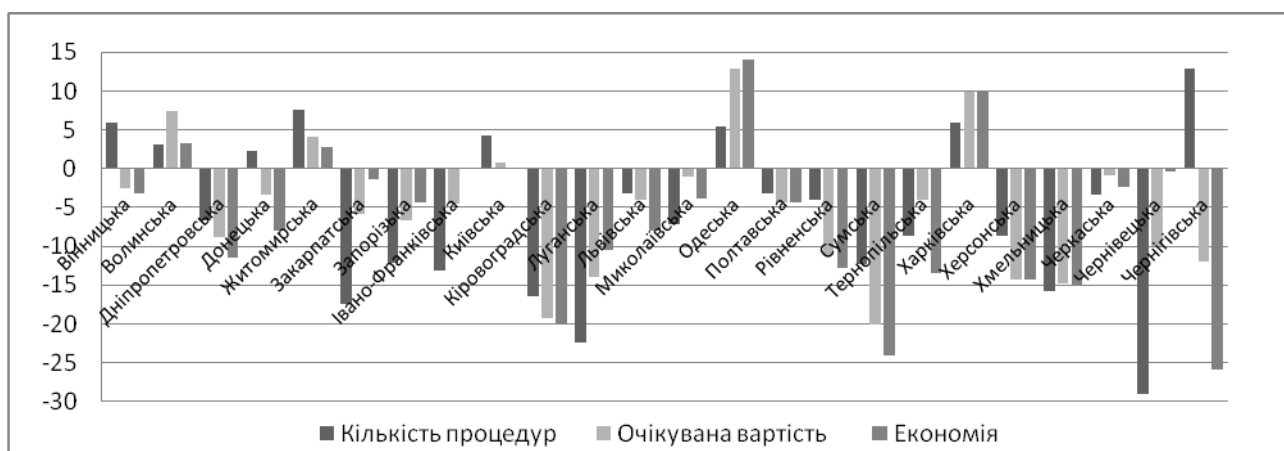


Рисунок 1 – Зміна активності ФОПів в допорогових закупівлях в «рідній» області, 2017-2018рр.

Для процедури звітування про укладений договір також можна відзначити зменшення «прихильності» ФОПів до рідного регіону. Оскільки ці процедури не є конкурентними, по ним не розраховуються показники економії. В даному випадку зміни торкнулися параметра кількості процедур в більшій мірі, ніж їх очікуваної вартості (рис. 2).

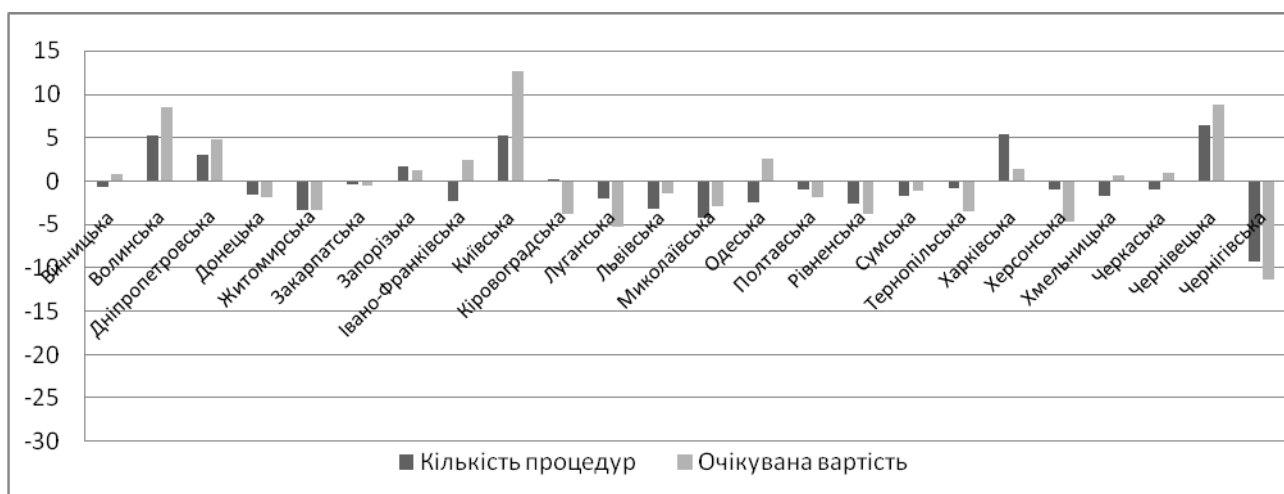


Рисунок 2 – Зміна активності ФОПів в процедурах звітування про укладений договір в «рідній» області, 2017-2018рр.

Для процедури відкритих торгів також можна відзначити зменшення «прихильності» ФОПів до торгів, що організовані в «рідному» регіоні (рис. 3).

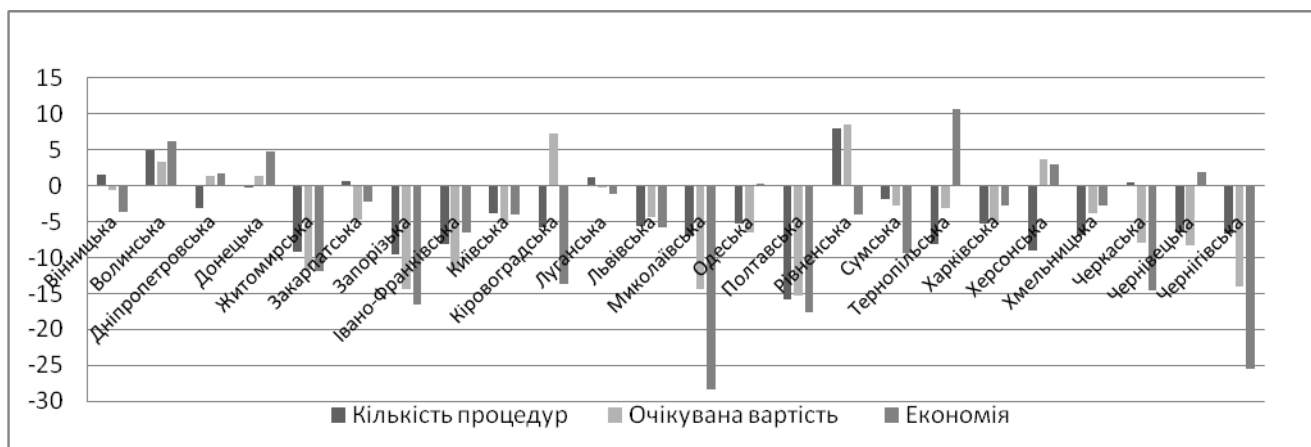


Рисунок 3 – Зміна активності ФОПів у відкритих торгах в «рідній» області, 2017-2018рр.

Таким чином, проведене дослідження дозволило зробити висновок про те, що українські ФОПи активно беруть участь в публічних закупівлях на ProZorro незалежно від місця розташування організаторів торгів.

Більш того, за два повних роки функціонування ProZorro простежується тенденція зменшення «прихильності» ФОПів до організаторів торгів з «рідного» регіону, що свідчить про досягнення професійної зрілості і підвищенні впевненості ФОПів в державних закупівлях.

Список використаної літератури

1. Професійний модуль аналітики [Електронний ресурс] // ProZorro. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: <http://bipro.prozorro.org>.

*Обруч Г.В., к.е.н., докторант
кафедри економіки та управління
виробничим і комерційним бізнесом
Український державний університет залізничного транспорту
a_obruch@ukr.net*

ОСОБЛИВОСТІ ПРОАКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ РЕАЛІЗАЦІЄЮ СПІЛЬНИХ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ЗА УЧАСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

В останні десятиліття ринок транспортно-логістичних послуг трансформувалася, з'явилося безліч суб'єктів господарювання (приватні оператори вантажних та пасажирських перевезень, приватні оператори локомотивної тяги, транспортно-логістичні центри та ін.) та, відповідно, виникли нові, не характерні до теперішнього часу типи взаємодії, що стало загрозою для забезпечення збалансованого розвитку підприємств залізничного транспорту. Зміни відбуваються не лише в межах внутрішнього ринку, трансформація спостерігається й у макрооточенні (глобалізація, цифровізація, інтелектуалізація та ін.), що в свою чергу обумовлює залежність конкурентоспроможності залізничних підприємств від наявності ефективно сформованих інвестиційних проектів відповідно до умов сьогодення. Перш за все мова йде про управлінську та організаційну складові інвестиційного процесу, що дозволить зробити його мінімально ризиковим та максимально ефективним, а це, в свою чергу, сприятиме залученню вітчизняних і закордонних інвесторів та стане основою для техніко-технологічного оновлення підприємств залізничного транспорту.

Наразі одним з найбільш істотних економічних чинників, що впливають на інвестиційну діяльність підприємств залізничного транспорту України в умовах світової цифровізації та інтелектуалізації, є інформація. За відсутності достовірної та актуальної інформації про інвестиційні проекти підприємств залізничного транспорту, їх поточний стан, пропозиції інвесторів та ін., АТ «Укрзалізниця» буде приречена на банкрутство, адже наразі більшість

інвестиційних рішень щодо оновлення процесу експлуатації є взаємообумовленими та вимагають від підприємств залізничного транспорту переважно спільного рішення. Тобто ефективна та максимально адаптована до умов господарювання організація спільних інвестиційних проектів є запорукою збалансованого розвитку підприємств залізничного транспорту.

Дослідження фундаментальних наукових здобутків в сфері асиметрії інформації, ризик менеджменту, а також управління інвестиційною діяльністю в системі управління підприємствами залізничного транспорту підтверджує необхідність використання положень проактивного управління, а також введення і вдосконалення сучасних цифрових технологій для зниження асиметрії інформації між суб'єктами інвестиційної діяльності під час реалізації спільного інвестиційного проекту підприємствами залізничного транспорту.

Проактивне управління реалізацією спільного інвестиційного проекту за участю підприємств залізничного транспорту, на відміну від традиційно використовуваного на практиці реактивного управління (яке орієнтоване на оперативне реагування на інциденти і подальше їх недопущення), передбачає запобігання виникненню ризиків за рахунок створення у відповідній системі моніторингу та управління принципово нових попереджувальних можливостей при формуванні керуючих впливів на основі реалізації концепції системного (комплексного) моделювання. В таких умовах стає можливим вирішення задач, що є негайними наразі для забезпечення ефективності управління спільними інвестиційними проектами, і виконання яких до цього було нереальним:

- оперативне коригування способів і цілей управління реалізацією спільними інвестиційними рішеннями підприємствами залізничного транспорту, зміна послідовності виконання етапів інвестиційної діяльності відповідно до змін макро- та мікро- умов;

- переміщення в просторі окремих елементів і підсистем системи управління реалізацією спільними інвестиційними рішеннями підприємствами залізничного транспорту;

- перерозподіл і децентралізація функцій, завдань, алгоритмів управління та інформаційних потоків між суб'єктами спільної інвестиційної діяльності;
- використання гнучких технологій управління реалізацією спільними інвестиційними рішеннями підприємствами залізничного транспорту та ін.

Зважаючи на необхідність своєчасності виявлення ризиків, які мають негативну тенденцію в умовах цифровізації, та розробки системи попереджуючих управлінських дій, доцільним є введення в практику інвестиційної діяльності передінвестиційної і економічної діагностики підприємств залізничного транспорту, що бажають стати бізнес-партнерами.

З цією метою до ключових етапів інвестиційного процесу (передінвестиційний, інвестиційний, експлуатаційний), що наразі існують в економічній теорії, слід обов'язково додати погоджувальний етап, що буде вирішувати завдання: перевірка, уточнення та узгодження ключових ідей реалізації спільного інвестиційного проекту; ідентифікація, діагностика та затвердження головних учасників спільного інвестиційного проекту; встановлення та оцінка інвестиційних ризиків, визначення напрямків щодо їх подолання; загальне моделювання та проектування спільного інвестиційного проекту; прийняття попереднього рішення щодо доцільності реалізації спільного інвестиційного проекту, укладання контракту та ін. При цьому даний етап доцільно виконувати на базі цифрової інвестиційної платформи підприємств залізничного транспорту.

Зважаючи на структурну складність реалізації спільного інвестиційного рішення, а також відповідну складність прийняття комплексних рішень і вибору сценаріїв поведінки суб'єктів інвестиційної діяльності, управлінські функції слід делегувати Центру управління реалізацією спільних інвестиційних проектів на підприємствах залізничного транспорту. Головною метою даного центру повинно стати формування дієвих рішень спрямованих на забезпечення ефективності реалізації спільних інвестиційних проектів підприємствами залізничного транспорту, що ґрунтуються на попереджуючих управлінських діях, які враховують можливість виникнення негативних результатів від

реалізації спільних інвестиційних проєктів. Крім того в структурі Центру слід окремо виділити департамент інформаційної безпеки, який буде координувати і контролювати розподіл ролей посадових осіб, що будуть відповідальними за операції відповідно до договорів інвестування.

Зважаючи на сучасні умови реалізації спільних інвестиційних проєктів, ключовими принципами побудови технологій і систем проактивного управління реалізацією спільних інвестиційних проєктів підприємствами залізничного транспорту слід вважати: дуальне управління; зворотній зв'язок; стратегічна спрямованість; інноваційність; альтернативність рішення; оперативне кооперування планів; наукова обґрунтованість; системність; адаптивність; цифровізація.

Таким чином, значимість даного наукового дослідження полягає в розробці моделі управління реалізацією спільних інвестиційних проєктів підприємствами залізничного транспорту через призму проактивного управління, що має в основі технології цифровізації. Це в цілому забезпечить нове розуміння вирішення проблем забезпечення ефективності реалізації спільних інвестиційних проєктів шляхом формування та реалізації попереджуючих управлінських дій, які враховують можливість виникнення негативних результатів від реалізації спільних інвестиційних проєктів.

*Оліх Л.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
lesyaolikh@ukr.net*

ФОРМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасні процеси світового розвитку характеризуються відкритістю, взаємодією та обміном. Дані ознаки притаманні звичайно і науково-технічній та інноваційній сферам. Початок 2000-х років охарактеризувався активним

впровадженням у практику інноваційно орієнтованих компаній та держав загалом моделі відкритих інновацій. Вона, у свою чергу, вносить корективи і в організацію науково-технічної діяльності. Компанії об'єднують свої зусилля ще на стадії прикладних досліджень, що скорочує час на розробку нового (інноваційного) продукту та призводить до скорочення життєвого циклу продукції загалом. Динамічність даних процесів на мікрорівні тісно пов'язана з розвитком науково-технічної сфери та її взаємозв'язком з галузями національної економіки. Глобалізаційні процеси та цифрова трансформація надають їм міжнародного характеру. Який проявляється у міжнародному співробітництві через створення відповідних організацій, комунікаційних платформ та прийнятті правових норм для врегулювання їх діяльності. Дані процеси знаходять відображення й у формах взаємодії науково-технічної та інноваційної сфер. Паралельно з усталеними з'являються нові форми та засоби обміну інформацією, розширення кола взаємодіючих суб'єктів та дифузії інновацій.

Обраний Україною вектор розвитку на євроінтеграцію зумовлює необхідність використання інструментів державної науково-технічної та інноваційної політики відповідних тим, які застосовуються в європейських країнах та в Європейському Союзі загалом. Але при цьому не варто забувати про вітчизняний науково-технічний та інноваційний потенціал, реально оцінювати їх стан у контексті як європейського, так і світового розвитку й формувати власну інфраструктуру, здатну ефективно забезпечити науково-технічну та інноваційну співпрацю.

Традиційно форми організації інноваційної діяльності поділяють на три групи [1, с. 103]: інноваційні підрозділи компаній; мале інноваційне підприємництво; міжфірмова науково-технічна кооперація. У той же час наявна зовнішня інфраструктура, об'єкти якої створюють умови для ефективного функціонування зазначених форм. Мова йде про об'єкти інноваційної інфраструктури, зокрема технопарки, технополіси, бізнес-інкубатори, інноваційні центри, венчурні фонди. Це традиційні об'єкти, які сьогодні можна

доповнити сучасними структурами, а саме акселераторами, технологічними платформами, державно-приватним партнерством, кластерами. І, звичайно, одними з найпоширеніших форм взаємодії бізнесу, освіти, науки і держави виступають дослідницький університет і підприємницький університет.

У сучасних умовах розвиток зазначених форм відбувається у напрямі цифрової трансформації. Це зумовлює появу універсальних структур, які поєднують функції декількох раніше окремих організацій і характеризуються оперативністю та якістю вирішення завдань інноваційного розвитку. Зокрема заслуговує на увагу діяльність платформ відкритих інновацій.

Платформа відкритих інновацій – це форма організації доступу компаній до інновацій та інвестицій, зосереджених на одному інформаційному ресурсі. Значною перевагою таких платформ є те, що вони працюють з компаніями незалежно від їх місця знаходження, а також залучають до своєї команди фахівців з різних країн світу. У таблиці наведено приклади цифрових платформ та компаній, заснованих на них.

Як правило, лідерами з генерації та впровадження інновацій та нових форм їх поширення виступають розвинені країни. З 2007 року щорічно рейтинг таких країн складається Міжнародною бізнес-школою INSEAD, Корнельським університетом (Cornell University), Світовою організацією інтелектуальної власності (World Intellectual Property Organization, WIPO) на основі розрахунку глобального індексу інновацій (The Global Innovation Index). За даними 2019 року до першої десятки даного рейтингу незмінно входять Швейцарія, Швеція, Сполучені Штати Америки, Нідерланди, Великобританія, Фінляндія, Данія, Сінгапур, Німеччина, Ізраїль [10].

Саме представники цих країн і виступають засновниками наведених у таблиці платформ відкритих інновацій: SGTech - Сінгапур; Infocomm Media Development Authority - Сінгапур; Innocentive – Сполучені Штати Америки; Ideastyle - Сполучені Штати Америки; Viima – Фінляндія. Україна у даному рейтингу займає 47 місце. Однією з успішних вітчизняних платформ відкритих інновацій є RE:ACTOR.

Класифікація цифрових платформ

Платформа	Функція	Приклад
Технологічна	Доступ до ІТ ресурсів і технологій	Alibaba Cloud; Computing; Amazon AWS; Microsoft Azure
Функціональна	Доступ до спеціалізованих інструментів	Exact farming; SAP; 1C; Bitrix
Інфраструктурна	Доступ до цифрової інфраструктури	Iqdq.ru; Яндекс-Карти
Корпоративна	Оптимізація процесів управління	Boeing suppliers portal; X5 GoCargo
Інформаційна	Інформаційний доступ до ринку	Avito; Яндекс-Маркет; price.ru
Маркетплейс	Доступ до ринку, забезпечуючи взаємодію сторін	AliExpress; Tmall; Amazon; e-bay
Галузева	Оптимізація взаємодії учасників	Smartcat; Cainiao
Відкритих інновацій	Доступ до інновацій та інвестиційних ресурсів	RE:ACTOR; SGTech; Infocomm Media Development Authority; Innocentive; Ennomotive; Ideascale; Viima

Джерело: доповнено автором на основі [9]

Вона співпрацює як з національними, так й іноземними компаніями, не лише забезпечуючи їх інноваційними рішеннями та інвестиційними ресурсами, а й здійснюючи аналітичну діяльність, яка допомагає виявити слабкі місця вітчизняних підприємств щодо впровадження ними інновацій. Зокрема RE:ACTOR взяв участь у дослідженні, проведеному незалежним журналістським бізнес-порталом Mind спільно з компанією KPMG в Україні та за підтримки компанії Asbis щодо розрахунку Індексу інноваційності українських компаній. Одним з результатів даного дослідження став висновок: «Найслабше місце українських компаній – бізнес-модель» [11]. Допомогти у вирішенні цього питання також можуть платформи відкритих інновацій.

Список використаної літератури

1. Жилінська О. І., Оліх Л. А., Корнілова І. М. Організація та управління нововведеннями : навчальний посібник. Вінниця : ТОВ «Нілан-ЛТД», 2018. 238 с.
2. https://www.sgtech.org.sg/SGTECH/Web/Initiatives/Open_Innovation_Platform
3. <https://www.imda.gov.sg/programme-listing/open-innovation-platform>
4. <https://www.innocentive.com>

5. <https://www.ennomotive.com>
6. <https://ideascale.com>
7. <https://www.viima.com>
8. <https://reactor.ua>
9. http://spkurdyumov.ru/digital_economy/predmet-cifrovoj-ekonomiki-i-rol-cifrovyyh-instrumentov/
10. <https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report>
11. <https://mind.ua/publications/20203121-mind-innovation-index-2019-shtuchnij-intelekt-ale-piratskij-soft>

*Онисько С.М., к.е.н., професор,
професор кафедри фінансів,
банківської справи та страхування*

*Агрес О.Г., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Львівський національний аграрний університет
oksana_agres@ukr.net*

МАКРОЕКОНОМІЧНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ПРОЦЕДУР САНАЦІЇ В УКРАЇНІ

Життя країни навряд чи можна уявити без активних економічних інститутів. Сьогодні Україна опустилась на вісім позицій порівняно з 2016 роком, займаючи 149 місце, згідно з опитуванням Світового банку Doing Business 2018. Основними причинами цього є те, що поточні процедури банкрутства все ще дозволяють боржникам уникати своїх зобов'язань перед кредиторами. Процедура банкрутства надто тривала і недостатньо ефективна, а процес продажу нерухомості не завжди дозволяє продавцю продати майно за найвищою ціною і не пропонує надійного захисту майна покупця.

Як результат, внутрішній ринок не є конкурентоспроможним у

глобальній боротьбі за фінансові ресурси, а права кредиторів не захищені.

Обґрунтування законопроекту зазначає, що в Україні тривалий процес банкрутства - до 2,9 років. Для порівняння: у Східній Європі та Центральній Азії - 2,3 роки; у розвинених країнах - 1,7 року. В Україні також висока вартість провадження у справі про банкрутство становить 42% від вартості боржника, а в більшості інших країн - 9%. У той же час багато країн ЄС, зокрема Німеччина, Франція та Великобританія, посилюють роль держави у запобіганні банкрутствах, тобто на державному рівні.

Тому слід зазначити, що неможливо досягти більш значних результатів без підвищення ефективності провадження у справах про банкрутство з метою підвищення привабливості внутрішнього ринку та забезпечення безперебійного бізнесу в Україні.

Новий уряд 21 жовтня 2019 року було прийнято Кодекс України з процедур банкрутства [1]. У ньому доцільно виділити найважливіші нововведення (рис. 1).

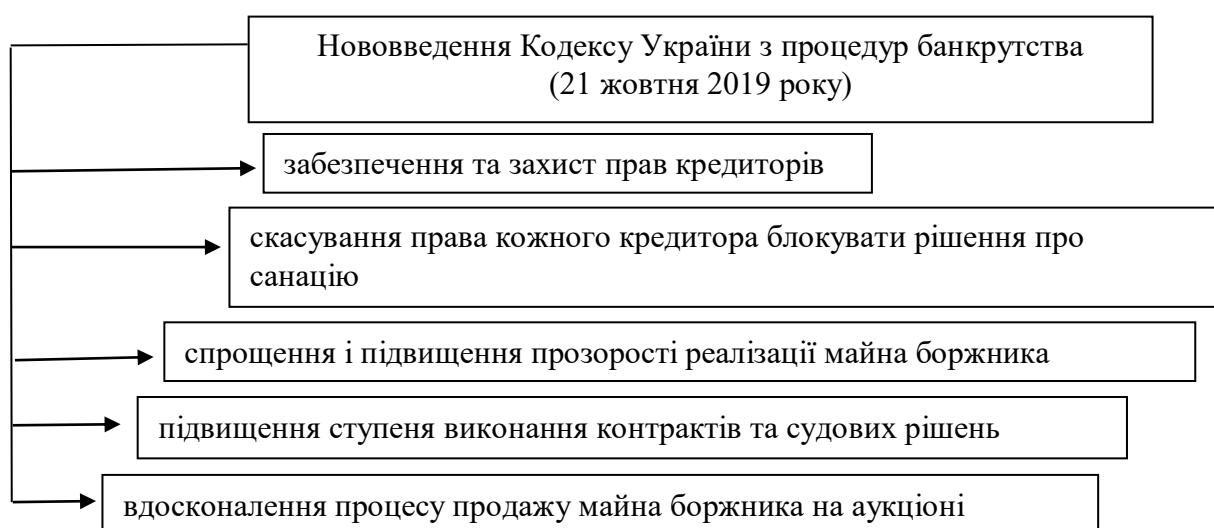


Рисунок 1 – Основні нововведення у Кодексі України з процедур банкрутства від 21 жовтня 2019 року

Однією з відмінностей між чинним законодавством та Кодексом є час на підготовку плану санації. І якщо Законом України «Про відновлення

платоспроможності або банкрутства боржника» передбачено термін три місяці з дня введення процедури постанови, затвердженої Комітетом кредиторів для подання відповідного плану Господарським судом, то Кодекс передбачає, що боржник зобов'язаний прийняти рішення про затвердження плану санації до завершення процесу вибуття та подати заяву про введення процесу реструктуризації або заяву про визнання судового розгляду.

Кодекс визначає необхідні умови, які повинен містити план реструктуризації. Основна відмінність від діючого законодавства полягає в тому, що план відновлення згідно з Кодексом повинен передбачати погашення вимог кредиторів з урахуванням порядку, встановленого Кодексом, якщо самі кредитори не вирішили погіршити свої класові умови. План реструктуризації затверджується кредиторами, які розподіляють розпорядник майна на класи перед голосуванням.

Розглядаючи процес затвердження та схвалення плану санації, слід зазначити, що законодавча влада ускладнила таку процедуру з цього питання. Зокрема, Законом України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання банкрутства» передбачено, що план санації вважається затвердженим, якщо його підтримують більше половини голосів кредиторів - членів комітету кредиторів - на зборах кредиторів, а Кодекс України про банкрутство вимагає, щоб усі кредитори, що конкурують, були класифіковані, щоб вирішити, затвердити чи відхилити план відновлення. Кредитори в кожній черзі утворюють окремий клас кредиторів. Кредитор, чиї вимоги мають бути в черзі у два чи більше рядків, повинен прийматися у двох чи більше класах кредиторів.

Рішення щодо затвердження чи відхилення плану санації приймається кожним класом індивідуально.

Господарський суд приймає рішення про затвердження плану відновлення боржника, якщо: план відновлення затверджується всіма категоріями кредиторів, що конкурують, рівень чи порядок їх виконання змінено планом відновлення порівняно з умовами, які могли бути застосовані у

разі ліквідаційного процесу; план санації затверджується класом забезпечених кредиторів; кількість кредиторів, які проголосували проти прийняття плану реструктуризації в процесі реструктуризації, не повинна бути меншою, ніж кількість вимог, які були б задоволені, якби було розпочато процедуру ліквідації.

Відтепер кредитори повинні надати суду докази про неплатоспроможність боржника, щоб розпочати провадження у справі. Суд, у свою чергу, зобов'язаний вивчити ознаки такої неплатоспроможності та встановити, чи виконав боржник свої зобов'язання перед кредитором. Однак порядок доведення та встановлення відповідних ознак неплатоспроможності боржника в Кодексі прямо не врегульовано. На практиці це може призвести до суперечливих судових рішень, особливо вперше, коли положення Кодексу застосовуються кредиторами та судами.

Вказана особливість відкриття провадження у справі про банкрутство, де зазначається, що таке провадження не відкривається в юридичному спорі. Кодекс, в свою чергу, не визначає терміну як «спір на право», що теж призводить до формування низки судових практик з метою порушення провадження у справі та затримки провадження у справі про неплатоспроможність.

Загальну відповідальність підприємства перед кредиторами несе керуючий відповідно до положень Кодексу, якщо він не звернувся з заявою про банкрутство до господарського суду протягом місяця з дня загрози неплатоспроможності. Це ефективний механізм покриття збитків кредиторам у разі банкрутства компанії, що сталося з вини його керівництва, щоб вимоги кредиторів не були задоволені повністю. Однак це правило не дає чіткої відповіді, якщо є час, з якого можна обчислити граничний термін подання заяв про банкрутство та який загальний банкрутство. Серед документів, необхідних для ініціювання провадження у справі про банкрутство, є відповідна постанова органу управління компанії, тобто постанова загальних зборів учасників / акціонерів. Одночасно загальні збори учасників / акціонерів не можуть

приймати таке рішення протягом місяця. Тому менеджер не має повноважень ініціювати банкрутство компанії, але причини солідарної відповідальності менеджера вже виникли.

Незважаючи на те, що такі зміни покликані надати кредиторам альтернативну можливість стягнення боргу, ефективність залучення керівництва до солідарної відповідальності буде залежати від судової практики і доказів, на яких буде ґрунтуватися невиконання керівником обов'язків, передбачених Кодексом. Досить важливим є збільшення прав кредиторів банкрута. Таким чином, Кодекс надав Комітету кредиторів право подати заяву до Господарського суду щодо усунення арбітра від здійснення своїх повноважень. Доводити наявність причин вилучення комітету кредиторів не потрібно. З одного боку, такий механізм повинен надати кредиторам шанс захистити свої права, але в цьому випадку кредитори теж мають право суттєво впливати на вчинки арбітра в процесі банкрутства. Такий ризик особливо посилюється у випадку «контрольованого банкрутства», коли значна частина комітету кредиторів пов'язана з боржником підприємства.

Кодекс дозволяє кредиторам та арбітражному суду вжити невідкладних дій щодо продажу нерухомості протягом 170 к. д. з дня розпочинання процесу продажу нерухомості. Мораторій закінчується автоматично, коли зазначений строк закінчується. Якщо суд протягом даного часу не визнав боржника неплатоспроможним або/і знову відкрив процедуру, забезпечені кредитори боржника мають можливість стягнути заставу самостійно поза процедурою неплатоспроможності. Проте мораторій не розповсюджується на вимоги кредиторів, проведення виплати заробітної плати, а також страхових внесків на компенсацію виплат шкоди здоров'ю і життю громадян, виплату роялті, утримання та вимоги документи з управління грошовими коштами, які зобов'язують боржника вживати певних заходів або утримуватися від їх вчинення. Відтепер жодна касаційна скарга не може бути подана проти переважної більшості рішень про банкрутство. Так, жодне оскарження не може бути оскаржене жодним рішенням, прийнятим Господарським апеляційним

судом. З одного боку, це відповідає заявленому принципу зменшення тягара касира. З іншої сторони, зважаючи на концентрацію всіх спорів про банкрутство з боржником, це сприятиме необґрунтованому позбавленню сторін права на апеляцію. Крім того, Кодекс подовжує термін, який, як правило, можливо досягти недійсної угоди боржника, до 3 років, які переводяться на банкрутство. У той же час Кодекс поведінки однієї особи містить середній перелік причин, через які такі угоди є недостовірними. На жаль, чинна редакція Кодексу не вказує чітко, чи буде виконана необхідна сума для боржника та кредитора. Тому слід мати на увазі, що внутрішньогрупові операції, що укладаються з ринковими ресурсами, можуть бути класифіковані як недійсні.

Список використаної літератури

1. Кодекс України з процедур банкрутства [Електронний ресурс] // Верховна Рада України; Закон від 29.12.2019. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2597-19#Text>

*Орехова К.В., к.е.н., доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування*

*Савкова А. М., Ткаченко Л. І., студентки
Харківський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу
«Університет банківської справи»
annastasiya.002@gmail.com*

ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ІНВЕСТИЦІЇ» У РОБОТАХ УКРАЇНСЬКИХ НАУКОВЦІВ, ТА ЗНАЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ЯК ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

Інвестиції – невід’ємна частина відносин між країнами, їх громадянами та установами, які їм належать. Вкладення коштів – одна із форм отримання прибутку, розвитку різноманітних галузей виробництва, підтримання

економіки країни на належному рівні і т.д. Інвестиції завжди матимуть попит на ринку нових або, вже існуючих, проектів, задля початку їх функціонування чи його продовження.

Чимало науковців привносили до своїх праць думок, щодо визначення поняття «інвестиції», і кожен тлумачив його дещо інакше, ніж попередні, додаючи деякі нюанси, або змінюючи визначення повністю. Результати, проведеного дослідження, викладені нижче.

Згідно з Законом України «Про інвестиційну діяльність», інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (доход) та/або досягається соціальний та екологічний ефект.

Узагальнюючи підходи до визначення поняття інвестицій В.А. Харука, можна виділити такі ознаки інвестицій:

- потенційна здатність інвестицій приносити прибуток;
- у процесі здійснення інвестицій використовуються різноманітні інвестиційні ресурси, які характеризуються попитом, пропозицією та ціною;
- цілеспрямований характер вкладення капіталу в будь-які матеріальні і нематеріальні об'єкти;
- наявність терміну вкладання капіталу;
- вкладення здійснюється особами, інвесторами, які керуються своєю індивідуальною метою, не завжди пов'язаною з безпосереднім отриманням прибутку;
- наявність ризику вкладення капіталу.

Тульчинська С.О. та Змієнко М.О. зазначили, що інвестиції - це довгострокове вкладання різних видів ресурсів(матеріальні, фінансові, інтелектуальні та ін.), з метою подальшого як економічного, так і позаекономічного розвитку об'єкту інвестування, отримання прибутку від вкладання ресурсів та інших ефектів, що є наслідком процесу використання інвестиційних ресурсів.

«Інвестиції - будь-які вкладення, зумовлені стратегічними цілями економічної політики і спрямованими на розвиток окремих галузей, виробництв, регіональних господарських систем з метою примноження матеріального та соціально-значимого багатства у майбутньому»[4], - визначення В. В. Білика.

В роботі Бланка І. О: «Інвестиції – витрати грошових коштів, спрямовані на відтворення капіталу (його підтримку і розширення)»[5].

«Інвестиції забезпечують розширення підприємницької діяльності та освоєння нових галузей бізнесу й технологій»[6], - вважає Суханова А.В. та Котик Б.Ю.

На думку Майорової Т.В.: «Інвестиції це вкладання коштів у фінансові інструменти, серед яких переважають цінні папери, з метою отримання доходу(прибутку) в майбутньому»[7].

Якщо об'єднати усі, вище зазначені, визначення та виділити характерні ознаки, які зустрічаються в кожному з них, то можна створити дану таблицю 1.

Таблиця 1

Характерні ознаки поняття «інвестиції» враховуючи різні джерела

Джерело/Характерні ознаки	1	2	3	4	5	6	7
Всі види майнових цінностей	+		+				
Всі види інтелектуальних цінностей	+		+				
Вкладається в різні види діяльності	+	+					
Результат - прибуток	+	+	+	+			+
Результат – соціальний ефект	+			+			
Наявність ризику вкладення капіталу		+					
Витрати грошових коштів					+		
Вкладання коштів в фінансові інструменти							+
Спрямування на відтворення капіталу					+		
Вкладання для розвитку об'єктів інвестування			+	+			
Для розширення підприємницької діяльності						+	
Освоєння нових галузей бізнесу та технологій						+	

Підсумком, проведеного вище аналізу, може стати узагальнене визначення, на основі розглянутих: інвестиції - будь-які вкладення інвесторів в об'єкти різних видів діяльності, зумовлені стратегічними цілями економічної політики і спрямованими на розвиток окремих галузей, виробництв, господарських систем, з метою примноження матеріального та соціально-значимого багатства у майбутньому, що супроводжуються ризиками при залученні капітальних коштів до різноманітних інвестиційних проєктів.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» (від 18.09.1991 № 1560-ХІІ) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>

2. Харук В.А. Теоретична сутність інвестиції та її значення як економічної категорії / В. А. Харук // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 3(2). - С. 115-117.

3. Тульчинська С.О. Інвестування як елемент реалізації стратегії розвитку національної економіки / С.О. Тульчинська, М.О. Змієнко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: збірник наукових праць. - 2013. - № 29. - С.77-82.

4. Білик В. В. Сутність інвестицій та наукові підходи до інвестиційної діяльності / В. В. Білик // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. - 2015. - № 2(2). - С. 112-115.

5. Бланк І. О. Інвестологія: наука про інвестування / І. О. Бланк та ін. ; за ред. проф. С. К. Реверчука. – К. :Атіка, 2011. – С. 180.

6. Суханова А.В., Котик Б.Ю. Сучасний стан та перспективи розвитку інвестиційної діяльності підприємств в Україні/ Б.Ю. Котик, А.В. Суханова // Економіка і суспільство. — 2018. — № 19. — С. 641—645.

7. Майорова, Т.В. Інвестиційна діяльність: Навчальний посібник / Т В Майорова. — К.: Центр навчальної літератури, 2004. — с 376.

СТРАТЕГІЇ СТИМУЛЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ СЕКТОРІВ ЕКОНОМІКИ

Сучасний світовий ринок високотехнологічної продукції характеризується постійним зростанням конкуренції, появою нових ринків збуту (географічних, продуктових), створенням та задоволенням нових вимог і очікувань клієнтів. Щоб ефективно реагувати на виклики глобалізації, підприємства високотехнологічних секторів економіки окремих країн здійснюють зміни в напрямку розвитку, що змушує їх до постійного вдосконалення виробничих можливостей, системи управління, впровадження найновіших технологій, в тому числі – технологій управління [1].

В цьому сенсі постає питання стосовно вибору доцільних до втілення стратегій стимулювання інноваційного розвитку високотехнологічних секторів економіки за сучасних умов, стосовно критеріїв та порядку вибору тієї чи іншої стратегії для їх реалізації в умовах та зважаючи на проблеми конкретної країни. Для того, щоб спрямовувати стратегічні зміни в країні у потрібному напрямку, забезпечити розвиток інноваційних процесів на макро-, мезо та мікрорівні, важливим є дослідження специфіки інноваційного розвитку високотехнологічного сектору економіки та виявлення факторів, що на цей розвиток впливає.

У розвинених економіках високотехнологічні сектори відносять до сфер, що характеризуються найвищим ступенем використання, а також найбільшою залежністю від так званих спеціалізованих факторів виробництва: знання і людського капіталу. [2,4]

Стратегію інноваційного розвитку високотехнологічних секторів економіки слід розглядати як безперервний, систематизований, структурований та динамічний процес здійснення вибору в умовах невпевненості (обмежень,

тиску і можливостей, що з'являються) з метою створення інноваційних цінностей і реалізації потенціалу розвитку підприємства. Фундаментом даної стратегії є розвиток технології чи знань як базовий ресурс, спираючись на який високотехнологічні сектори економіки здатні максимально повно реалізовувати власний потенціал розвитку.

Таким чином, необхідно розробити спосіб віднесення країн до певних груп відповідно до певної моделі. Для кожної з таких груп визначити доцільність застосування конкретних стратегій інноваційного розвитку високотехнологічного сектору економіки.

В попередніх наших дослідженнях в процесі формування передумов розвитку високотехнологічного сектору економіки пропонувалося використовувати інтегральну тривимірну модель, що охоплює 12 основних блоків-стратегій відповідно до розподілу країн за групами за трьома параметрами.

Для високотехнологічних секторів економіки України доцільно застосовувати форму розвитку, де присутня комбінація або вибір найбільш доцільних з наступних стратегій:

1. Стратегія розвитку продукту.
2. Стратегія технологічної імітації.
3. Стратегія лідерства за цінами.

Вибір однієї з даних стратегій для кожного конкретного високотехнологічного сектору економіки, або формування загальної стратегії на основі комплексного поєднання даних стратегій, доцільно здійснювати виходячи з можливостей та потенціалу кожного окремого високотехнологічного сектору економіки.

Водночас, в якості базової стратегії пропонується обрати стратегію розвитку продукту, що може бути диференційована, відповідно до потреб розвитку конкретного сектору, в досить широкому діапазоні (спеціалізація (вужька, розширена, широка), або диверсифікація (горизонтальна, вертикальна, концентрична, конгломератна)).

Зважаючи на обмежений рівень найбільш важливого джерела інновації – видатків на дослідження і розвиток в масштабах України, а також на брак співробітництва між суб'єктами в нашій країні, можна зробити висновок, що саме для України та країн з подібними до неї проблемами розвитку людина і управління людськими ресурсами можуть становити ключове джерело розвитку інновацій у високотехнологічних секторах економіки.

Список використаної літератури

1. Borrás, S. (2016). Organisations in Innovation Systems: Entrepreneurship, Intrapreneurship and Public Policy. DBP Working Papers. Copenhagen, Department of Business and Politics, Copenhagen Business School: 19

2. Садовська Г. Ф. Міжнародний досвід інтеграції знань в інноваційній діяльності / Г. Ф. Садовська // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 2. – С. 11-13.

3. Шпикуляк О. Г. Етапність інноваційного процесу та оцінка ефективності інноваційної діяльності [Текст] / О. Г. Шпикуляк // Економіка АПК . – 2011. – № 12. – С. 109-116.

4. Юринець З. В. Інтелектуальний капітал у розвитку інноваційної діяльності / З. В. Юринець // Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. «Економічна система України: минуле, сучасне, майбутнє», м. Львів, 21-22 жовтня 2005 р. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2005. – С. 371-372.

*Полінкевич О.М., д.е.н., професор
завідувач кафедри економіки, безпеки та
інноваційної діяльності підприємства
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Oksana.Polinkevych@eenu.edu.ua*

ПРОБЛЕМИ ВИКОРИСТАННЯ БЕНЧМАРКІНГУ ЯК ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ

Зростання ризиків, поширення та почастищення кризових ситуацій в економіці світу та України передбачає застосування особливих технологій під час формування та здійснення реформ. На практиці це означає, що потрібно не лише адекватно реагувати на кризові явища, а й здійснювати постійну адаптацію до таких дій, тобто розробляти антикризові програми. Термін «бенчмаркінг» почав використовуватися в управлінській науці як метафора еталону, до якого потрібно прагнути [3]. Тобто, під ним розуміють частину загального процесу ухвалення рішень із чіткою націленістю на покращення суб'єктів економічних систем.

Бенчмаркінг є мистецтвом виявляти те, що інші фірми роблять краще, а також вивчення їх методів роботи. В основу бенчмаркінгу закладена ідея порівняння діяльності не тільки підприємств-конкурентів, а й передових фірм інших видів економічної діяльності. Слід зазначити, що практичне використання досвіду конкурентів і успішних компаній дозволяє скоротити витрати, підвищити прибуток і оптимізувати вибір стратегії діяльності власної організації [2, с. 16].

За даними консалтингової компанії Bain&Co, останнім часом бенчмаркінг входить до трійки найпоширеніших методів управління бізнесом у великих міжнародних корпораціях, оскільки допомагає відносно швидко і з меншими витратами вдосконалювати бізнес-процеси. Він дозволяє зрозуміти, як працюють передові компанії, і добитися таких самих, а, можливо, навіть більш вагомих результатів. Популярність бенчмаркінгу визначена такими аспектами:

1. Глобальна конкуренція. В епоху глобалізації бізнесу компанії усвідомлюють необхідність всебічного і детального вивчення і подальшого використання кращих досягнень конкурентів для власного розвитку.

2. Винагорода за якість. Усе популярнішими стають кампанії з визначення та винагородження фірм - лідерів якості, які проходять на національному рівні. Умови участі в таких заходах передбачають, крім демонстрації компаніями-учасниками конкурентних переваг власних продуктів, обов'язкове застосування концепції бенчмаркінгу в практиці управління компанією.

3. Необхідність повсюдної адаптації та використання світових досягнень в галузі виробничих і бізнес-технологій. Щоб не залишитися позаду своїх конкурентів, всім компаніям, незалежно від розміру та сфери діяльності, необхідно постійно вивчати і застосовувати передовий досвід в сфері виробничих і бізнес-технологій [2, с. 18].

Основними проблемами, які заважають поширенню бенчмаркінгу в економічній системі України є:

1. Вітчизняні підприємства складно порівнювати з зарубіжними, оскільки різні управлінські підходи та діловодство не дають змоги сформувати адекватні співставні показники у глобальному охопленні [1].

2. Не коректне усвідомлення інструментів та призначення бенчмаркінгу. Наслідком упередженого відношення до сучасної методології є недостатнє розуміння керівництва компанії функцій введення бенчмаркінгу і засобів, що застосовуються при його впровадженні. Так, бенчмаркінг розуміється як виробниче (комерційне) шахрайство, або явище недоброякісної конкуренції [1].

3. Недостовірність даних фінансової звітності. Враховуючи прогалини української системи звітності і діючі схеми мінімізації податків з доходів та інших платежів до бюджету, справжність інформації викликає великий сумнів [1].

4. Недостатність ефективних методів управління. ТОП менеджмент організації, який не застосовує управлінські підходи під час головних бізнес-

процесів, не спроможний усвідомлювати значущість укорінення досвіду компаній - лідерів шляхом обміну інформацією на добровільних засадах [1].

5. Відсутність механізму оцінювання рівня «нелегального» бізнесу, який використовують українські малі та середні підприємства.

6. Несформована філософія бізнесу, відповідно до якої всі учасники економічного процесу повинні нести солідарну відповідальність за результати розвитку підприємницької системи не лише в межах регіону, але й в межах держави.

7. Неготовність менеджменту підприємства впроваджувати радикальні зміни, керуючись здоровим глуздом та необхідністю соціо-еколого-економічного розвитку економічних систем.

Таким чином, окреслені вище проблеми не сприяють поширенню бенчмаркінгу як дієвого інструменту в менеджменті, а сприяють отриманню неправдивих даних, які спотворюють траєкторію розвитку не лише окремого підприємства, але й економічної системи.

Список використаної літератури

1. Артеменко О.Т., Демченко П.О. Проблеми застосування бенчмаркетингу в Україні. Всеукраїнська науково-практична конференція «Сучасні підходи до управління підприємством». 2016. URL: <http://conf.management.fmm.kpi.ua/proc/article/view/95221>

2. Воробйова Н.П. Бенчмаркінг як інструмент підвищення конкурентоспроможності організації. Проблеми інноваційно-інвестиційного розвитку. 2018. № 14. С. 13–20.

3. Педак І.С. Бенчмаркінг як механізм порівняльного аналізу та запорука майбутнього регіону. Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Державне управління. 2017. Том 28 (67). С. 52–56.

*Прокопчук О.Т., к.е.н., доцент
завідувач кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Уманський національний університет садівництва
olena_prokopchuk@ukr.net*

ЗМІНА КЛІМАТУ ТА УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ У СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Зміну клімату за останні десятиліття великою мірою можна вважати справжнім шоком для суспільства не тільки в Україні, а й у світі в цілому. Кліматичні зони зміщуються на північ та захід, спека і посухи стають все більш катастрофічними, багато екстремальних явищ погоди, які раніше були рідкісними, часто повторюються в невластиві сезони та на невластивих для них територіях. Це пов'язано зі зміною клімату, яка позначається на виробництві сільськогосподарських культур, стані лісів та водних об'єктів, тваринництві та рибному господарстві тощо. Практично всі посівні площі сільськогосподарських культур в Україні знаходяться в зоні ризикованого землеробства (території із природним дефіцитом опадів), де є постійний ризик втрати обсягів урожаю у надто посушливий рік або втрати якості урожаю у надмірно дощовий рік. Аграріям необхідно знати, що фактор глобальної зміни клімату посилює такі ризики. Варто враховувати цей фактор для прийняття ефективних рішень та практичних заходів для пристосування (адаптації) до зміни клімату у довгостроковій перспективі та об'єктивно оцінювати погодні умови кожного року для зниження ризиків у короткостроковій перспективі. Крім того, поінформованість фермерів про погоду, клімат, зміну клімату та адаптацію до неї допоможуть більш оптимістично дивитись у майбутнє.

З огляду на це, клімат – це те, на що ми можемо розраховувати, а погода – це те, що маємо кожного дня. Останніми роками фактична погода все частіше надзвичайно відрізняється від клімату і мінливість погодних умов саме й пов'язана зі зміною клімату. Дані спостережень за погодою на метеорологічних станціях світу, зокрема й України, на даний момент не залишають сумнівів в

тому, що клімат змінюється. Зміна клімату – це трендові зміни температури поверхні планети та інших кліматичних факторів. Вони відбувалися упродовж всього існування Землі, однак ніколи не були такими стрімкими, як за останні 30 років. Достовірно встановлено, що температура повітря підвищується в усіх частинах світу. Внаслідок цього в атмосфері відбувається перебудова глобальних процесів перенесення тепла і вологи на всіх континентах, яка супроводжується збільшенням гідрометеорологічних катаклізмів – посух, повеней, тайфунів, смерчів, градобоїв та інших[1].

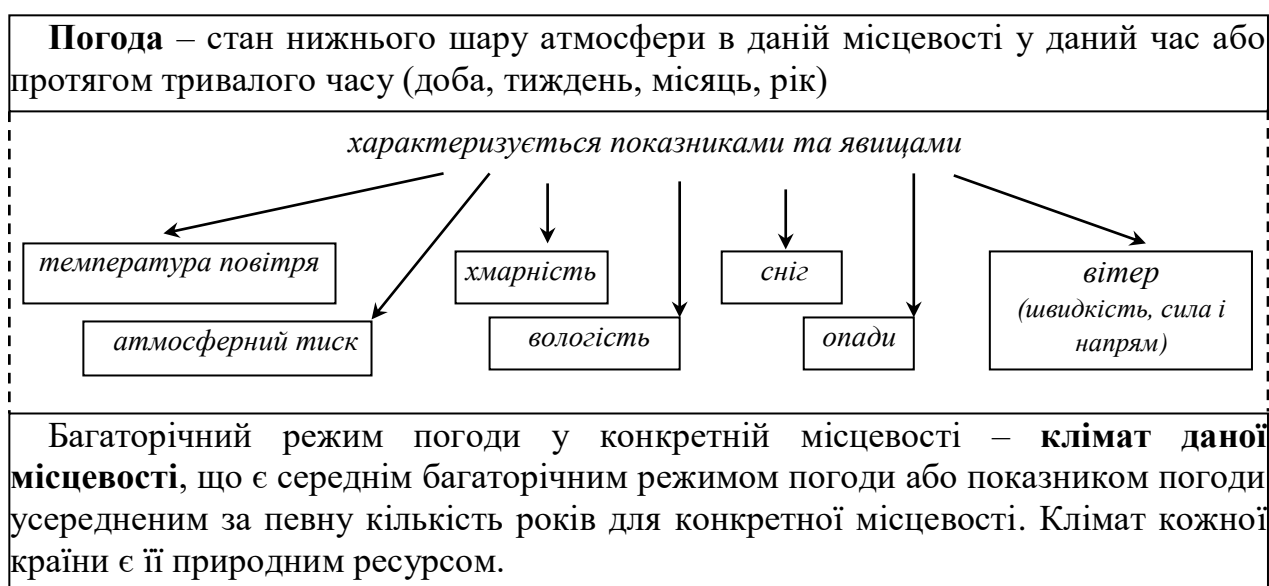


Рисунок 1 – Специфічні характеристики погодних явищ

Вчені пов'язують глобальне потепління зі збільшенням концентрації парникових газів в атмосфері Землі, що значно посилює парниковий ефект. Глобальна зміна клімату, обумовлена парниковим ефектом, стала найважливішою міжнародною та політичною проблемою. Адже «парниковий щит», який наразі підтримує температуру поверхні планети достатньою для збереження життя, може перетворитися у теплову пастку, яка загрожує змінити всю біосферу.

Наразі клімат України у тренді глобального потепління, воно охопило всю територію нашої країни, а швидкість підвищення температури повітря навіть дещо випереджає середньосвітову. Головна характеристика зміни

клімату (основний параметр) – це зміна середньої річної температури повітря нижнього шару атмосфери (на висоті 1 метр над поверхнею). Вона визначається за даними вимірювань 163-х метеорологічних станцій України, які мають безперервний період спостережень від 65 до 140 років.

Згідно досліджень цього параметру сучасний клімат України характеризується нерівномірним по території потеплінням, яскраво вираженим у зимові та літні місяці. За останні 30 років середня річна температура повітря в Україні підвищилася більше, ніж на 1 °С. Підвищення температури у холодний період (листопад-березень) складає в середньому 1,3 °С, у теплий (квітень-жовтень) – 1,1 °С. Позитивна аномалія(відхилення температури повітря від норми) по всій території країни у період 1989-2019 рр. була найбільшою за всю історію інструментальних спостережень за погодою[2-3].

Вплив клімату на сільське господарство очевидний. Однак сільське господарство, яке часто потерпає від зміни клімату, одночасно є джерелом викидів парникових газів, а отже однією із причин цієї зміни. З одного боку, сільське господарство є значним джерелом викидів парникових газів, адже тваринництво і рослинництво пов'язані з викидами вуглекислого газу, метану і оксиду азоту.

Така ситуація зумовлює високий рівень невизначеності аграрного бізнесу, підвищує вартість кредитів без яких аграрне виробництво неможливе та збільшує частку їх неповернення.

Для зменшення негативних наслідків зміни клімату агровиробникам необхідне впровадження адаптаційних заходів за всіма напрямками – від використання більш екологічних підходів та зміна технологій до перегляду управлінських рішень та ін [4].

Найбільш дієвим інструментом управління ризиками у сільському господарстві є страхування. Воно являє собою систему економічних відносин щодо захисту майнових інтересів фізичних і юридичних осіб при настанні певних подій. Водночас, в Україні цей інструмент мінімізації виробничих ризиків досі залишається не надто запитаним сільгоспвиробниками.

Список використаної літератури

1. Дем'яненко С., Бутко В. Стратегія адаптації аграрних підприємств України до глобальних змін клімату. *Економіка України*. 2012. № 6. С. 66-72.
2. Удова Л.О., Дідковська Л.І., Прокопенко К.О. Вплив зміни клімату на розвиток аграрного виробництва. *Економіка і прогнозування*. 2014. №3. С. 107-120.
3. Прокопенко К.О., Удова Л.О. Сільське господарство України: виклики і шляхи розвитку в умовах зміни клімату. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 1. С. 92-107.
4. Прокопчук О.Т. Специфіка ризиків та управління ними у сільському господарстві. *Збірник наукових праць Уманського національного університету садівництва*. Випуск 95. Ч. 2: Економічні науки. 2019. С. 24-41. DOI 10.31395/2415-8240-2019-95-2-24-41.

*Рудь Н.Т., д.е.н., професор
професор кафедри економіки*

*Бурбан О.В., аспірант
Луцький національний технічний університет,
ntrud@i.ua*

ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ

Як відомо, інноваційний розвиток економіки визначає її конкурентоздатність у світовому просторі. Основним показником, який відображає даний розвиток, при цьому здійснюючи ранжування країн, є global innovation index. Займаючи 50 місце (поряд з Катаром та Таїландом), Україна потребує негайної активізації інноваційної діяльності [1]. Відповідно до «Стратегії інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів», провідна роль у підвищенні інноваційної активності належить формуванню привабливих умов для творців інновацій. Відтак,

значної актуальності набуває питання формування інноваційного клімату в країні. Якщо раніше інноваційна діяльність розглядалась як наслідок науково-технічного прогресу, то в сучасних умовах інновації – найважливіший фактор ефективного функціонування організаційної, виробничої, фінансової, наукової сфер, бо саме в комплексі вони приносять бажаний ефективний результат. Досвід більшості країн світу доводить, що активна інноваційна діяльність визначає темпи економічного розвитку, структуру сучасного виробництва, життєвий рівень в країні та головне – визначає напрямок подальшого економічного розвитку країни. Формування привабливого інноваційного клімату в країні є головним завданням держави на шляху прямування до інноваційної економіки.

Для більш глибокого аналізу поняття «інноваційний клімат», розглянемо основні підходи науковців щодо визначення даного поняття (табл. 1).

Таблиця 1

Підходи науковців до трактування «інноваційного клімату»*

Автор	Тлумачення «інноваційного клімату»
Микитюк П.П. [2]	Розгляд інноваційного клімату як всіх факторів зовнішнього середовища, що впливають на інноваційний потенціал <i>підприємства</i> , а саме: – <i>можливості</i> : для виробництва нових або поліпшених видів продукції або послуг; для зміни соціальних відносин на підприємстві (кадрові інновації); для розробки нових методів управління (управлінські інновації); для створення нових механізмів просування продукції на ринок (ринкові інновації); придбання ноу-хау, патентів; – <i>законодавча база</i> , низька ставка рефінансування, пільгове оподаткування; – <i>взаємодія</i> влади й бізнесу; – <i>практика комерціалізації</i> технологій.
Гладинець Н.Ю. [3]	Інноваційний клімат ототожнює з поняттям «інноваційної привабливості <i>економіки</i> », яка, з одного боку, свідчить про рівень активності інноваційної діяльності, а з іншого – визначає можливість припливу фінансових ресурсів та їх інвестування в ті чи інші регіональні інноваційні об'єкти, проекти, програми.
Лебедева Н. М. [4]	Інноваційний клімат визначає як сформовану відповідним чином обстановку, яка дозволяє <i>людині</i> почувати себе вільною, готовою до творчої роботи.
Бондар О.В. [5]	Інноваційний клімат – це стан зовнішнього середовища <i>підприємства</i> , яке сприяє або перешкоджає досягненню інноваційних цілей, у структурі якого виділяють макроклімат та мікроклімат.
Пархоменко О.В. [6]	Інноваційний клімат – умови оточення <i>підприємства</i> , які склалися за певний період часу та мають значний вплив на ефективність його інноваційної діяльності.
Теребова С.В., Вячеславов А.М. [7]	Інноваційний клімат – результат складної взаємодії науково-технічних, соціокультурних, фінансово-економічних, політичних, природно-ресурсних та інших факторів, який сприяє зростанню економічної активності <i>суспільства, підприємства</i> та окремих <i>працівників</i> .
Качанова Е.Ю. [8]	Інноваційний клімат – особливі умови, які дозволяють розкрити творчий потенціал <i>персоналу</i> та усунути перешкоди організаційного та психологічного характеру, які лежать на шляху реалізації інновацій.

Примітка. Складено авторами

Проаналізувавши підходи вчених, можемо зробити висновок, що трактування даного поняття здійснюється в контексті трьох рівнів: людини (працівника), підприємства та держави.

Слід зазначити, що дані рівні інноваційного клімату є взаємопов'язаними.

На першому рівні знаходиться інноваційний клімат людини, оскільки здатність людини (працівника) генерувати інноваційні ідеї визначає інноваційну активність підприємства, яка в свою чергу впливає на формування інноваційного клімату в певній країні. Не слід відкидати й зворотній зв'язок, оскільки сприятливі умови для освоєння інновацій у державі визначають інноваційну діяльність підприємства та, як результат, активність населення у даній сфері.

У світовій практиці існує безліч показників, які використовуються для оцінки інноваційного клімату, основними серед яких є: науково-технічний рівень країни, інноваційна активність регіонів, структура залучених інвестицій, характер та обсяг НДДКР. Їх поєднання формує оптимальний інноваційний клімат.

Теребова С.В. та Вячеславов А.М. вважають, що найточніше інноваційний клімат можна оцінити у складі інноваційної системи, яка забезпечує оптимальні умови для створення та поширення нової продукції [7]. Відповідно до цього, вони виділили три блоки показників оцінки інноваційного клімату інноваційної системи: на вході, всередині та на виході системи.

На нашу думку, такий підхід є достатньо раціональним, але недостатнім (9 показників). Для характеристики інноваційного клімату має велике значення інноваційна здатність до генерації нововведень на всіх рівнях, інноваційна сприйнятливість та бажання (на рівні особистості), можливість використання (на рівні підприємства), законодавча база (на рівні держави) та взаємодія влади і бізнесу.

Отже, конкурентоспроможність національних соціально-економічних систем сьогодні визначається, перш за все, рівнем інноваційного клімату в країні. У зв'язку з цим, інноваційний клімат стає тим рушійним фактором, який

визначає роль та місце країни на світовому ринку. Складнощі у трактуванні даного поняття пояснюються його багатогранністю. Саме тому важливим є процес розмежування інноваційного клімату за рівнями, що дає змогу більш точно визначити природу даного поняття та краще дослідити основні фактори впливу на нього. Це сприятиме підвищенню інноваційної активності усіх суб'єктів господарювання і, як результат, укріпленню конкурентних позицій країни у світовому просторі.

Для формування сприятливого інноваційного клімату необхідно впроваджувати заходи держави, серед яких: розробка комплексної системи правової охорони та реалізації прав на об'єкти інтелектуальної власності, особливо в період швидкого поширення та урізноманітнення форм функціонування всесвітньої комп'ютерної мережі; реорганізація системи вибору пріоритетів науково-технологічного розвитку та системи формування державних цільових програм; створення системи консультаційних послуг для інноваційно-активних підприємств, а також налагодження мережі підготовки і перепідготовки кадрів; запровадження дієвого механізму мотивації діяльності працівників інноваційної сфери.

Список використаної літератури

1. Global Innovation Index 2017 Report. URL: <https://www.globalinnovationindex.org/>
2. Микитюк П.П. Інноваційний розвиток підприємства: навч. посібник / За ред. П.П. Микитюка. Тернопіль: ПП «Принтер інформ». 2015. 224 с.
3. Гладинець Н.Ю. Прогнозування інноваційного розвитку промисловості України. *Бізнес Інформ*. 2014. №4. С. 274 – 279.
4. Лебедева Н.М., Ясін Є.Г. Культура та інновації. *Форсайт*. 2009. С. 16 – 26.
5. Бондар О. В. Ситуаційний менеджмент: навч. посібник / За ред. О.В. Бондар. Київ: Центр учбової літератури. 2012. 389с.
6. Пархоменко О.В. Инновационный климат организации, инновационная корпоративная культура. *Научный альманах*. 2016. №10-1. С. 262 – 265.

7. Терехова С.В., Вячеслов А.М. Инновационный климат в регионе: состав и факторы развития. *Экономика региона: проблемы и перспективы развития*. 2011. С. 40–50.

8. Качанова Е.Ю. Инновации в библиотеках. Санкт-Петербург, 2003. 318с.

*Сидор Г. В., к. е. н., доцент
доцент кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін
Чортківського навчально-наукового
інституту підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного
економічного університету
sidor.gal@ukr.net*

КРИПТОВАЛЮТА ЯК АЛЬТЕРНАТИВА ТРАДИЦІЙНИМ ГРОШАМ

Щодня у процесі стрімкого розвитку інформаційних технологій виникають нові інструменти управління економікою, до яких слід віднести електронні гроші. Людство знаходиться у постійному пошуку більш зручного та кращого. У наше життя все частіше впроваджуються інновації, які удосконалюють його і роблять простішим. Це зумовило виникнення на ринку криптовалюти – аналогу традиційних валют.

Початок ХХІ ст. ознаменувався «цифровою революцією». Все більш очевидною виявляється тенденція діджиталізації у фінансовій сфері. В історичному аспекті простежуємо, що срібні та золоті монети були витіснені паперовими грошима. Сьогодні цифрові гроші роблять виклик звичаєним традиціям грошового обігу і перетворюються на основний елемент віртуальної економіки та на суто віртуальну (умовну) реальність.

Дослідження криптовалют як нового економічного явища нещодавно почали займати відповідне місце в економічній науці. У цьому контексті варто виокремити наукові праці з цієї тематики автора роботи – Г. В. Сидор [1; 2].

Незважаючи на наявність наукових здобутків у сфері вивчення окресленої проблематики, динамічний розвиток криптовалют зумовлює потребу в подальших наукових пошуках щодо розкриття цього питання.

З кожним днем все більше зростає популярність криптовалют. Проте це відбувається на фоні відсутності єдиного поняття «криптовалюта», яке ототожнюють із такими категоріями як: «розрахункова одиниця», «інвестиційний актив», «товар» тощо. Їх також називають «віртуальною валютою» («virtual currency») та «цифровою валютою» («digital currency»).

Регулятори нашої країни мають уважно стежити за подальшим розвитком нових технологій з метою розробки найбільш результативного підходу щодо регулювання операцій із криптовалютами. Відповідно підхід до законодавчих ініціатив має бути, з нашої точки зору, досконало продуманим.

Головною тенденцією останнього часу є підвищена зацікавленість до використання віртуальних валют. З огляду на те, що в Україні відбувається розвиток нових технологій, а криптовалюта є перспективною технологією, то, незважаючи на нерозуміння чи спротив, вона все ж таки розвиватиметься. Крім цього, постійно збільшуватиметься кількість людей, які довіряють криптовалютам, як і кількість тих, для кого це становитиме прибутковий бізнес.

Цифрові валюти розвиватимуться, і фінансові аналітики трактуватимуть їх, як справжню інновацію. Якщо криптовалюти увійдуть у масовий обіг, вся система зазнає змін: виникнуть нові послуги; сформується нові наглядові структури з боку уряду; перетворяться відносини між контрагентами тощо. За світову історію простежувалось декілька подібних трансформацій фінансової системи: спочатку існував бартер, пізніше в ролі грошей використовувалися злитки металів, потім з них карбувати монети, опісля цього виникли банкноти, а зараз – цифрові гроші.

У світі, зокрема у нашій державі, поширюється потужна технологічна хвиля, де криптовалюта є похідною від технологічних рішень. Як уся справжня інновація, технологія криптовалют викликає чимало дискусій у світовому просторі, проте апіорі визнається – вона є вагомим винаходом за останні

десятиліття і здатна впливати не лише на фінансову індустрію, а й на інші сфери: освіту, кібербезпеку тощо. Результати проведеного дослідження дають підстави стверджувати, що в найближчі 10–15 р. світова фінансова система має всі шанси докорінно змінитися.

Незважаючи на те, що криптовалюта є новим видом валюти, їй притаманні переваги та недоліки. Основні з них систематизовані у табл. 1.

Таблиця 1

Переваги та недоліки використання криптовалюти

Переваги	Недоліки
Відкритий код криптовалюти	Відсутність гарантій збереження електронних крипто гаманців
Безмежні можливості транзакцій	Небезпека втрати ключа до криптовалюти
Відсутність інфляції	Нестабільність курсу криптовалюти
Анонімність користування	Залежність курсу від попиту
Децентралізація (її не можливо підробити)	Можливі негативні дії з боку національних регуляторів
Відсутність комісії	Втручання хакерів
Рівні умови використання між учасниками системи	Проблематичність повернення у разі помилкового переводу валюти (здійснену транзакцію неможливо відмінити)
Незалежність від економіки держав	Недовіра з боку користувачів

Джерело: [3]

З табл. 1 видно, що використання криптовалюти має як позитивні сторони, так і передбачає ризики користування нею через свої особливості та властивості. Основними перевагами криптовалют є захищеність від інфляції, автономність користування, відсутність комісії порівняно з банками тощо. Однак існують недоліки: можливість хакерської атаки, небезпека втрати ключа до криптовалюти, складний процес включення в систему, що зумовлений відсутністю необхідного досвіду, знань, технічних навичок у значної частини населення тощо. З нашої точки зору, незважаючи на велику кількість інновацій і переваг, питання нормативно-правового врегулювання обігу криптовалют все ще є основною їхньою проблемою.

Вищевикладене дає змогу зробити висновок, що популярність криптовалюти зростає. Однак, як для будь-яких технологічних новинок,

потрібен час, щоб для електронної валюти зросла довіра споживачів, сформувались відповідні юридичні та економічні передумови її розвитку. Незважаючи на те, що майбутнє криптовалюти не окреслене, вона функціонує на такій системі, що в перспективі може слугувати основою майбутнього світу «розумних речей».

З огляду на це наші подальші наукові пошуки будуть спрямовані на дослідження актуальних питань запровадження криптовалюти у сучасний світовий фінансовий простір.

Список використаної літератури

1. Сидор Г. В. Перспективи використання криптовалюти. Сучасні гроші, банківські послуги та фінансові інновації в цифровій економіці : зб. III Всеукр. наук.-практ. інтернет-конф. студентів, аспірантів і молодих вчених., (м. Київ, 23 берез. 2020 р.). Київ, 2020.

2. Сидор Г. В., Андрусів У. Я., Давидовська Г. І. Криптовалюта – гроші майбутнього. Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Дніпро, 26–27 квіт. 2018 р.). в 2-х томах. Т. 2. Дніпро, 2018. С. 304–306.

3. Корнєєв В. В., Чеберяко О. В. Криптовалюти: ера і сфера фінансових інновацій. Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. 2018. № 1 (196). С. 40–46.

*Сидор Г. В., к. е. н., доцент
доцент кафедри фундаментальних
та спеціальних дисциплін
Чортківського навчально-наукового
інституту підприємництва і бізнесу
Тернопільського національного
економічного університету
sidor.gal@ukr.net*

БАНКІВСЬКІ ІННОВАЦІЇ

Протягом тривалого періоду банки були захищені від зовнішньої конкуренції, однак у зв'язку з тенденціями, що простежуються на ринку банківських послуг останніми роками, вони змушені шукати нові результативні шляхи зміцнення конкурентної позиції, зокрема забезпечення інноваційного розвитку. Оскільки на ринку банківських послуг конкуренція висока, то своєчасне впровадження інноваційних рішень буде вагомим елементом конкурентної боротьби.

Банківська система створює передумови для розширеного відтворення економіки, регулює потоки грошових коштів, забезпечує результативний розвиток і функціонування усіх галузей вітчизняної економіки, зокрема банківської справи, саме тому, з нашої точки зору, питання підвищення інноваційного потенціалу банківської системи є актуальним.

Тематиці банківських інновацій присвячені наукові праці багатьох українських вчених, а саме: О. В. Золотарьова [1], М. С. Рахман [2] та ін. Серед зарубіжних науковців це питання розкривали такі економісти, як: С. М. Skinner [5] та ін.

Крім вищевказаних, цю тему розглянуто в дослідженнях автора роботи – Г. В. Сидор [3; 4]. Незважаючи на наявність наукових розвідок щодо цього питання, окремі теоретичні аспекти вивчення банківської інновації розкриті недостатньо, тому виникає потреба в проведенні додаткових наукових пошуків.

Враховуючи специфіку функціонування вітчизняних банків як особливих ринкових інститутів, вважаємо, що під поняттям банківських інновацій слід розуміти сукупність результативних дій щодо впровадження інновацій, спрямованих на більш дієве задоволення потреб клієнтів банку та підвищення ефективності його діяльності. Водночас головною метою інноваційної діяльності слід вважати загальну гармонізацію інтересів споживачів банківських послуг, банку в межах створення продуктів і послуг з якістю і цінністю вищою, аніж у конкурентів. Таким чином, першочергове завдання банку – прагнення завоювати, а головне втримати потенційних клієнтів.

Вагомим аспектом у дослідженні поняття «банківська інновація» є те, що, як будь-яке нове явище, воно залежить від часового фактору. Час є категорією життя будь-якого явища, в т. ч. економічного, та водночас виступає важелем перемоги й стимулом розвитку в конкурентній боротьбі. Банк, який зумів першим застосувати свою інновацію і зайняти відповідну нішу на ринку банківських послуг, швидко виробить собі імідж, з яким конкурентам буде важко боротися. Згодом будь-яке нове явище перетворюється на традиційне та масове. Таким чином, банківська інновація є функцією часу і тому діє, тобто має свій очікуваний результат, лише у межах часу, який визначений початком і кінцем життєвого циклу цієї інновації. Це важливо для розуміння того, що банківською інновацією не варто вважати певні банківські продукти або операції, які є новими лише для цього банку, але вже давно реалізовані в інших банківських установах. Не варто до банківських інновацій відносити незначні трансформації, що не змінюють суті банківського продукту або операції, наприклад зміни щодо умов кредитування, щодо процентних ставок за депозитами і кредитами тощо.

Банківська інновація загалом – це підсумок новаторської діяльності банків, результатом якої є нова послуга, технологія чи продукт. Така діяльність приводить до реорганізації бізнес-процесів і створення нових ресурсів, що підвищує стратегічні переваги банку.

На теоретичному рівні доведено, що інноваційний процес у банку, який пов'язаний зі створенням, освоєнням і поширенням інновацій, охоплює всі сторони діяльності банку: від розроблення ідеї до їхньої реалізації на практиці. Розроблення банківських інноваційних продуктів має певні особливості. Банк може використовувати декілька варіантів: розробити повністю новий невідомий для ринку продукт; створити новий для банку, однак уже відомий для ринку продукт; удосконалити наявний продукт. Принципово новий продукт може не одразу принести банкові прибуток, але, з нашої точки зору, сприятиме підвищенню позитивного іміджу банку, нарощуванню банківської технології.

З огляду на вищесказане можна зробити висновки, що інноваційність – це своєрідний «двигун» розвитку банківського сектору, оскільки формує стратегічно важливі напрями діяльності вітчизняних банків. Таким чином банківська інновація як сфера діяльності активно розвивається. Однак те, що мало інноваційний характер декілька років тому, зараз набуло масового, всеохопного характеру. З огляду на це важливо тримати руку на пульсі нових ідей та винаходів, які у вітчизняній практиці є маловідомими, проте вже використовуються закордонними банківськими установами.

Ми стверджуємо, що у майбутньому домінантну роль відіграватимуть інновації соціальні. Вітчизняним банкам доведеться вчитися ставити своїх клієнтів на перше місце і налагоджувати з ними більш тісні й довготривалі взаємозв'язки.

Список використаної літератури

1. Золотарьова О. В., Чекал А. А. Інноваційні банківські продукти та специфіка їх запровадження в Україні. Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки. 2016. Вип. 16. С. 112–115.

2. Рахман М. С., Мангушев Д. В. Маркетингова інновація як засіб вдосконалення банківських послуг України. Вісник Харківського Національного Університету ім. В. Н. Каразіна. Сер. : Економічна. 2016. Вип. 90. С. 51–63.

3. Сидор Г. В., Андрусів У. Я., Давидовська Г. І. Інновації у діяльності

банку. Інноваційні банківські технології та сучасні форми грошей : матер. Всеукр. наук.-практ. конф. студ., аспір. і молод. учених, (м. Київ, 05 квіт. 2018 р.). Київ, 2018. С. 97–99.

4. Сидор Г. В., Андрусів У. Я., Давидовська Г. І. Криптовалюта – гроші майбутнього. Актуальні проблеми економіки та управління в епоху глобальних викликів і загроз : зб. матер. Всеукр. наук.-практ. конф., (м. Дніпро, 26–27 квіт. 2018 р.). в 2-х томах. Т. 2. Дніпро, 2018. С. 304–306.

5. Skinner C. M. The biggest innovations in retail banking. The Financer. 2017. Available at: <https://thefinanser.com/2017/01/biggest-innovations-retail-banking-research.html/>

*Сиротюк Г.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки
Львівський національний аграрний університет
anasyr@ukr.net*

АКТИВІЗАЦІЯ ІНВЕСТИЦІЙНО-ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЯК ОСНОВА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

У конкурентній боротьбі на внутрішньому та зовнішньому ринках важливе значення відіграють нецінові чинники, а саме якість продукції, її екологічність, безпечність, що вимагає впровадження інновацій в діяльність усіх галузей економіки. Доведено, що одне з найважливіших місць в соціально-економічному розвитку провідних країн світу, в тому числі в забезпеченні їх економічної безпеки, посідає інвестиційно-інноваційна діяльність. Тому для України питання інвестиційно-інноваційного забезпечення розвитку економіки є актуальними, що і зумовило вибір напряму дослідження.

Соціально-економічне зростання у нашій країні може бути досягнуте лише при активному використанні сучасних науково-інноваційних розробок, оскільки технологічний рівень виробництва характеризується високою енерго- і

матеріаломісткістю. Саме інвестиційно-інноваційна діяльність – визначальний чинник структурної перебудови підприємств та прискорення економічного зростання. Як вважає Токар В. В. від збалансованого й злагодженого функціонування підприємств реального сектору на інноваційній основі з відповідним інвестиційним підґрунтям значною мірою залежить макроекономічна рівновага й подальше зростання національної економіки. Інноваційно-інвестиційна діяльність, сприяючи зростанню ефективності суспільного виробництва, детінізуючи соціально-економічні процеси, формує підвалини для реформування національної економіки в цілому [1, с.4].

На сьогодні в Україні існує проблема зниження якості та зменшення темпів інвестиційно-інноваційної діяльності. Країна володіє значними технологічними розробками, має унікальну науково-виробничу базу та кваліфіковані кадри, проте у зв'язку з кризовою ситуацією, яка спричинила загальний економічний спад, вітчизняні наукові досягнення недооцінюються і залишаються нереалізованими. Як наслідок Україна щороку втрачає свої позиції в Індексі глобальної конкурентоспроможності та глобальному рейтингу інновацій (рис. 1).

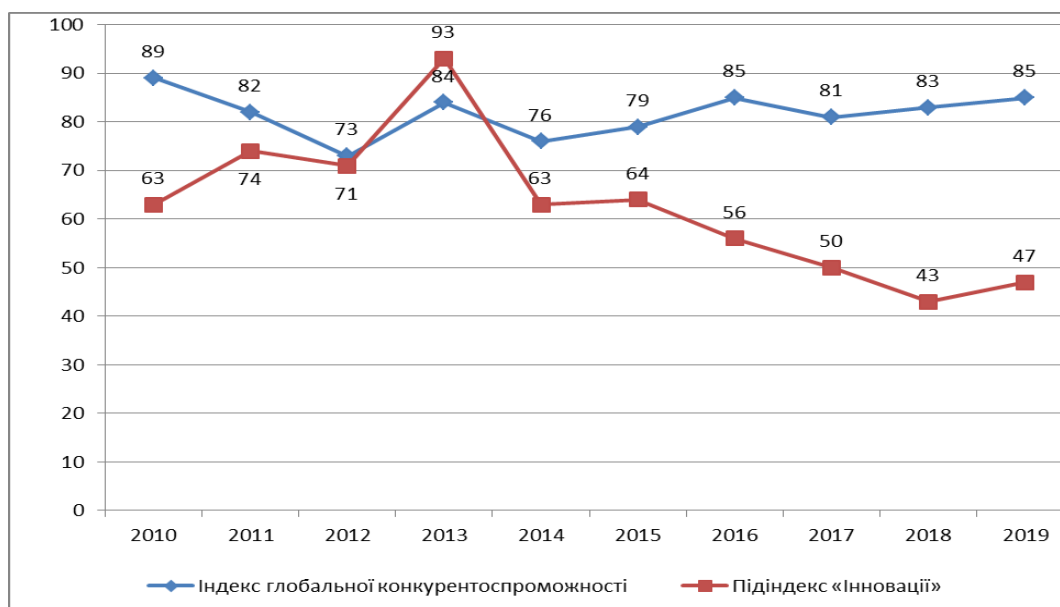
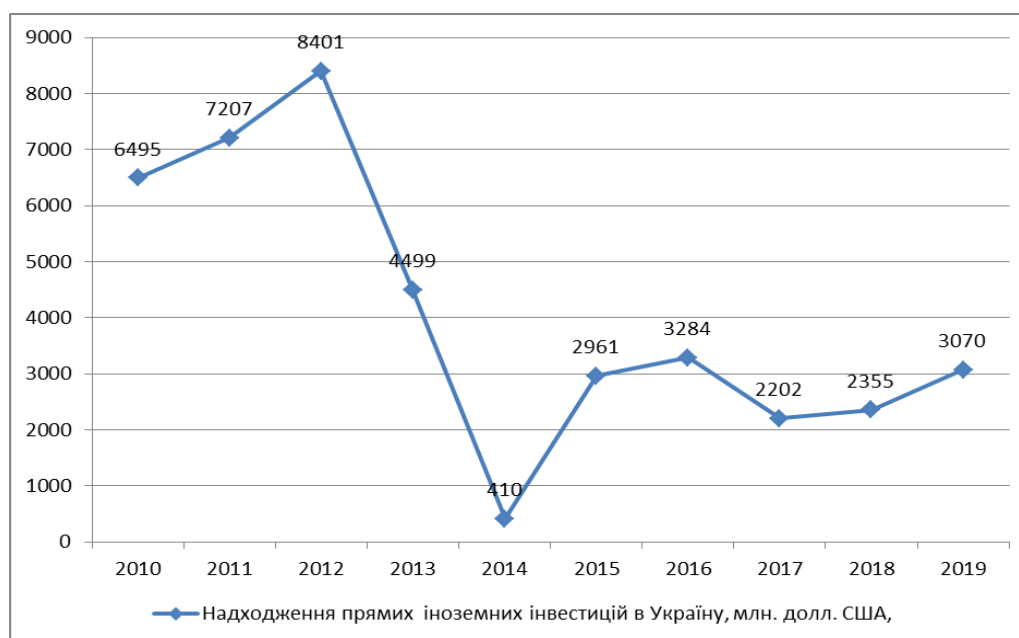


Рисунок 1 – Рейтинг України за Індексом глобальної конкурентоспроможності та підіндексу «Інновації»*

*Джерело: побудовано за даними Всесвітніх економічних форумів 2010–2019 рр.

На даний час в Україні відсутні певні механізми, які б забезпечили зрівноважений розвиток економіки на основі активізації інвестиційно-інноваційної діяльності. До того ж, невирішеними на державному рівні залишаються потреби у здійсненні підтримки інвестиційно-інноваційних процесів національної економіки. Така ситуація зумовлена несприятливими умовами інвестиційного клімату через військові дії на сході країни, стримуванні проведення реформ, недостатньої сприятливості умов ведення бізнесу тощо. Це все негативно вплинуло на залучення іноземних інвестицій в економіку країни (рис. 2).



Рисунком 2 – Динаміка надходжень прямих іноземних інвестицій в Україну*

*Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України

Іноземні інвестиції безпосередньо впливають на розвиток вітчизняної економіки шляхом зміцнення її інвестиційної привабливості та формування іміджу, що сприятиме просуванню на міжнародні ринки.

Основою для забезпечення науково-технологічного підґрунтя інвестиційно-інноваційної безпеки України є інноваційна діяльність.

Погоджуємось з думкою Сака Т. В., що науково-технологічний розвиток країни – це такий стан науково-технологічного та виробничого потенціалу

держави, який дає змогу забезпечити належне функціонування національної економіки, достатнє для досягнення та підтримки конкурентоздатності вітчизняної продукції, а також гарантування державної незалежності за рахунок власних інтелектуальних і технологічних ресурсів [2].

Згідно чинного законодавства інноваційна діяльність спрямована на впровадження й комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок та випускає на ринок нові конкурентоздатні товари й послуги [3]. Проте, така діяльність в Україні має недостатньо активну динаміку. В останні роки спостерігається відтік наукових кадрів, що спричинено низьким державним фінансуванням наукової діяльності. У 2018 р. наукоємність ВВП становила 0,47%, в тому числі за рахунок коштів державного бюджету – 0,17 %, а це майже у десять разів нижче від показника, передбаченого Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» [4] (рис. 3).

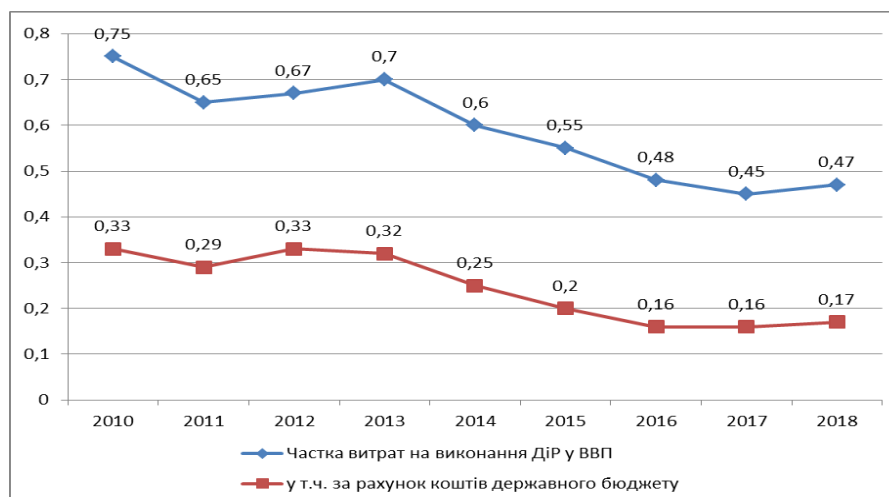


Рисунок 3 – Динаміка наукоємності ВВП України, %

*Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України

Для прискорення інноваційних процесів доцільно ефективніше використовувати всесвітній інформаційний простір.

Спостерігається погіршення основних показників інноваційної діяльності промислових підприємств, що пов'язано із загостренням економічної та політичної ситуації в країні (рис. 4).



Рисунок 4 – Динаміка інноваційної діяльності на промислових підприємствах України*

*Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України

Сьогодні інноваційна політика має бути направлена на створення економічних, організаційних, правових основ для розвитку інноваційної діяльності в усіх галузях економіки, підвищення конкурентоспроможності продукції та вирішення завдань соціально-економічного розвитку. Зрозуміло, що без суттєвого оновлення виробничого потенціалу нереально забезпечити конкурентоспроможність економіки України, а звідси і нормальне її функціонування у глобальній системі світової економіки.

Отже, аналіз інвестиційно-інноваційних процесів дозволяє визначити шляхи спільного розв'язання проблем залучення інвестицій та реалізації на цій основі механізму структурно-інноваційного оновлення економіки. Утвердження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку національної економіки України дозволить підвищити рівень економічної безпеки та інтегруватися в глобальні інтеграційні процеси.

Список використаної літератури

1. Токар В.В. Інноваційно-інвестиційна діяльність промислових підприємств та економічна безпека України: Моногр. Київ: ТОВ «ПанТот», 2013. 305 с.

2. Сак Т. В. Інноваційна діяльність підприємств у контексті комплексного забезпечення економічної безпеки. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 6. Ч. 3. С. 116–119.

3. Про інноваційну діяльність: Закон України від 05.12.2012 № 5460-VI [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 05.04.2020).

4. Про наукову і науково-технічну діяльність : Закон України від 26.11.2015 № 848-VIII [Електронний ресурс]. Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19> (дата звернення: 02.04.2020).

*Сластьяникова А.І., к.е.н.,
старший викладач кафедри економіки та
організації діяльності суб'єктів господарювання
Українська інженерно-педагогічна академія
ekon@uipa.edu.ua*

СУТНІСТЬ МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО ПРОЦЕСУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Економічний розвиток в сучасних умовах господарювання характеризується визначальним призначенням технологічного прогресу. На частку нових знань, втілюваних в технологіях, обладнанні, освіті та організації виробництва, в провідних країнах світу припадає до трьох чвертей приросту валового внутрішнього продукту.

Інноваційна діяльність на сучасному етапі стає одним з найважливіших системних факторів економічного зростання, підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції, забезпечення економічної безпеки тощо.

Подолання деформованості структури сучасної економіки, обумовленої її паливно-сировинної спрямованістю, може бути забезпечено тільки на основі

широкого використання досягнень науково-технічного прогресу, розробки і впровадження ефективних технологій в діяльність підприємств.

Перехід до ринкових принципів господарювання визначає необхідність вирішення проблем розвитку інноваційної діяльності на підприємствах та формування науково-технічного потенціалу, що дозволяє перейти до інноваційного типу економічного розвитку.

Ефективність механізму інноваційного процесу на підприємствах визначається інтеграцією всіх його стадій, швидкістю розробки нововведень, стрімким їх впровадженням і поширенням на інші сфери виробництва. Це об'єктивно вимагає теоретичного аналізу сутності і тенденцій розвитку інноваційної діяльності, з'ясування протиріч, що негативно позначаються на економічних результатах підприємств щодо вироблення інноваційного продукту і швидкості інноваційних перетворень.

Теорія інноваційної діяльності підприємств – це закономірний результат розвитку економічної думки і практики ринкового господарства.

Розрізнені наукові погляди зливаються в досить цілісну теорію інноватики, розвиток якої відбувся в другій половині ХХ ст. Важливу роль у становленні цієї теорії виконали великі технічні проекти, реалізація яких вимагала проведення наукових досліджень на всіх рівнях: від фундаментальних до прикладних.

Найважливішою категорією, яка визначає сутність технічного прогресу, є інновації. Термін і поняття «інновації» як нової економічної категорії був введений в науковий обіг Й.Шумпетером, який розумів під ними зміну з метою впровадження і використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих, транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості [1,2,3].

С. Уінтером еволюційна теорія економічних змін, узагальнює теоретико-методологічні положення цієї теорії, які виділено наступні моменти, що наведено на рис.1.

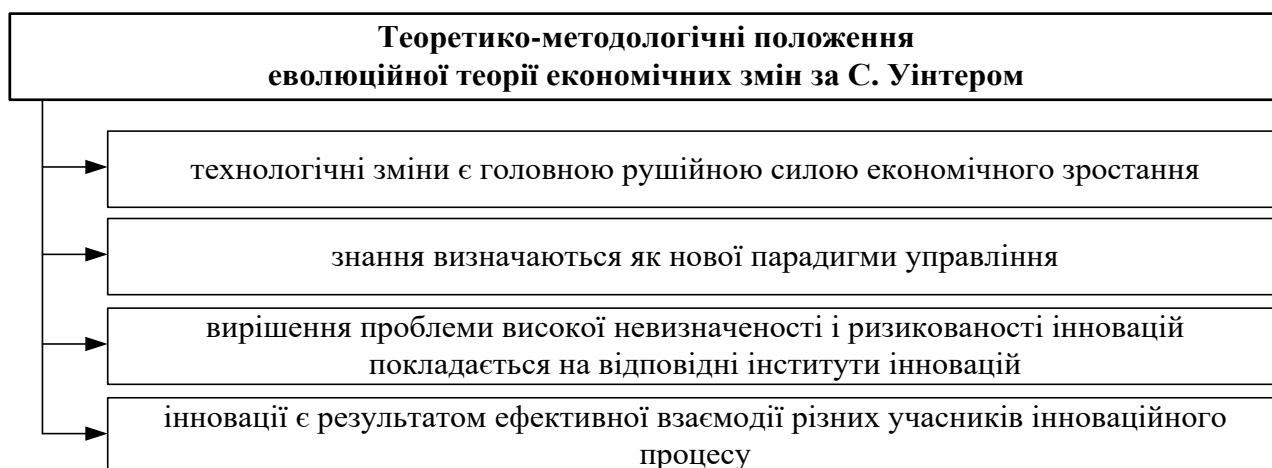


Рисунок 1 – Теоретико-методологічні положення еволюційної теорії
економічних змін за С. Уінтером

В останні роки економічним розвитком є інноваційна діяльність. Досвід розвитку різних країн свідчить про вичерпаність екстенсивного типу економічного зростання, заснованого на використанні все більшої кількості робочої сили і капіталу.

До найважливіших умов інтенсивного розвитку підприємств слід віднести поліпшення якості робочої сили, поліпшення якості речового капіталу, вдосконалення технології, вдосконалення організації та управління виробництвом і збутом, що є інноваціями.

Причини, що викликали зниження темпів розвитку підприємств, полягають в мобілізаційному типі економіки, незбалансованості та деформованості створеної індустріальної моделі і організації наукових досліджень. Роль нормативно-фінансового регулятора інновацій виконувала планово-розподільна система. Великомасштабні інновації здійснювалися державою, впровадження нововведень забезпечувалося централізацією і концентрацією ресурсів на пріоритетних напрямках розвитку науки і техніки.

Отже, в умовах, що склалися, необхідно проведення активної інноваційної політики з метою перетворення науково-технічного потенціалу підприємств в реальний фактор економічного зростання на основі

впровадження новітніх наукових результатів у виробництво для технологічного оновлення: виробництва, підвищення конкурентоспроможності продукції тощо.

Список використаної літератури

1. Прохорова В.В., Давидова О.Ю. Методологія процесу формування інноваційного управління розвитком підприємств/ Журнал «Бизнес Інформ», № 12`2017. – С. 210-214.

2. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування : монографія. Харків: Українська інженерно-педагогічна академія, 2015. – 291 с.

3. Чобіток В.І. Формування системи оцінки інноваційно-інвестиційної діяльності промислових підприємств / Соціальна економіка. – 2017. – Вип.53 (1). – С. 135-139.

*Степанова А.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
ra_a@ukr.net*

ЕНДАВМЕНТ-ФОНДИ В ОСВІТНЬОМУ ПРОСТОРИ: ДОСВІД США

В умовах формування ринкових відносин та при зниженні обсягів державного фінансування вищих навчальних закладів і загострення конкуренції на ринку освітніх послуг виникає необхідність розвитку альтернативних джерел фінансових надходжень до вузів [1]. Особливе місце серед них займає залучення благодійної допомоги (фандрайзингу) від декількох категорій інвесторів, в т.ч. випускників і їх батьків, друзів і однодумців, благодійних фондів і компаній [2]. Мотиви у потенційних інвесторів можуть бути різними. Так, для випускників вузу – це бажання допомогти AlmaMater, віддячити за ту освіту, яку вони отримали. Благодійні фонди зацікавлені в першу чергу в

дослідницькій діяльності вузів, в більш широкому сенсі вони підтримують науково-освітній процес, спрямований на досягнення певних цілей, які збігаються з їхніми власними (наприклад, формування управлінців нового покоління). Компаніям вуз цікавий як кузня молодих кваліфікованих фахівців, і підтримка ними освітніх програм являє собою механізм створення позитивного іміджу в цільовій аудиторії студентів і випускників для їх подальшого рекрутингу. Компанії зацікавлені також в проведенні на базі вузу прикладних (меншою мірою – фундаментальних) наукових досліджень. Нарешті, підтримка великою корпорацією навчального закладу є прикладом приватно-державного партнерства і свідчить про соціальну відповідальність бізнесу. Перераховані вище мотиви різних категорій потенційних інвесторів обумовлюють і особливості освітнього фандрайзингу і його відмінності від фандрайзингу, наприклад, в сфері культури і мистецтва. Ключовий механізм освітнього фандрайзингу – створення ендавмент-фонду, що формується за рахунок пожертвувань або спеціальних цільових внесків, кошти якого інвестуються і дають регулярний дохід, частину якого використовується для розвитку закладів вищої освіти. У провідних американських університетах надходження від ендавмент-фондів формують до 30% бюджетів вузів. Найбільший розвиток в світі ендавменти-фонди отримали саме в освітній системі США [3]. Провідні американські університети мають ендавмент на десятки млрд. доларів, що дозволяє їм підвищувати кваліфікацію професорсько-викладацького складу, фінансувати найбільш перспективні наукові розробки, оплачувати навчання обдарованим студентам.

Перш ніж переглянути статистичні дані по найбільшим та найефективнішим вузах Північної Америки, варто звернути увагу, що для більшості установ значення дарованих коштів, наведені в цій таблиці, базуються на фінансових роках, які закінчуються 30 червня 2018 р. (для 2018) та 30 червня 2019 р. (для 2019); зміна ринкових цінностей, перелічених для установ-учасниць, не є інвестиційною нормою прибутковості інвестицій.

Скоріше, зміна ринкової вартості вкладення з 2018 фінансового року в 2019 фінансовий рік відображає чистий вплив:

- 1) зняття коштів для фінансування інституційних операцій та капітальних витрат;
- 2) сплата управління фондами та інвестиційні збори;
- 3) надходження від дарувальника та інших внесків;
- 4) інвестиційні прибутки чи збитки.

До ринкових цінностей належать також ринкова оцінка нерухомості та інших «неліквідних» активів, які можуть мати значне збільшення або зменшення вартості протягом відносно короткого періоду часу. Крім того, трансфер коштів, наданих з інших рахунків в інституційному бюджеті, та зміни обмінних курсів іноземних валют для інвестицій, які не є США, можуть спричинити великі зміни ринкових цінностей фондів. Ці фактори говорять про те, що будь-які значні збільшення чи зменшення обсягу коштів, що відбулися за останній рік, можуть бути перебільшеними (табл. 1).

Таблиця 1

Обсяги ендавмент-фондів найбільших вузів Північної Америки

Ранг	Установа	2019 р. Ендавмент фонд (дол. США)	2018 р. Ендавмент фонд (дол. США)	Відносні структурні зрушення (%)
1	Гарвардський університет	39,427,896	38,298,087	2.95
2	Система університету Техаса	30,958,239	30,886,018	0.23
3	Єльський Університет	30,314,800	29,351,100	3.28
4	Стенфордський Університет	27,699,834	26,464,912	4.67
5	Принстонський Університет	26,116,022	25,917,199	0.77
6	Массачусетський технологічний інститут	17,569,328	16,529,432	6.29
7	Університет Пенсільванії	14,649,762	13,777,441	6.33
8	Техаський університет сільського господарства і механізації (Texas A&M)	13,514,528	13,524,947	-0.08
9	Мічиганський університет	12,448,817	11,901,760	4.60
10	Каліфорнійський університет	11,797,543	11,008,035	7.17
21	Університет Джона Хопкінса	6,275,939	4,190,520	49.77

Основним документом, який регламентує діяльність ендавмент-фондів в США, є Уніфікований закон про пруденційне управління інституціональними

фондами от 2006 р. (TheUniformPrudentManagementofInstitutionalFundsAct (UPMIFA), який замінив аналогічний закон від 1972 р.

Для успішної роботи університетського ендавмент-фонду необхідне створення відповідної інфраструктури, що забезпечує ефективні комунікації з випускниками, системну взаємодію з корпораціями та благодійними фондами (в тому числі завдяки працюючим там випускникам вузу). Яскравим і успішним прикладом взаємодії з випускниками є американські університети, перш за все, Університет Джона Хопкінса, який досяг найкращих показників росту в цій сфері при невисоких обсягах самого фонду, про що свідчить його позиція в рейтингу – 21.

Побудова системи фандрайзингу в вузі і створення ендавмент-фонду здатне послужити імпульсом для успішного інноваційного розвитку, проте це ставить нові масштабні завдання перед освітньою установою. Необхідно не тільки визначити нові форми функціонування і розвитку вузу, навчитися залучати кошти випускників, компаній і фондів, а й створити нові механізми прийняття управлінських рішень, а в перспективі, у міру становлення ендавмента, виробити методичний інструментарій управління цільовим капіталом як довготривалим інвестиційним ресурсом.

Список використаної літератури

1. Морган Э. В. Диверсификацияисточниковфинансирования в системевысшегообразования: сравнительныйобзор// Университетскоеуправление: практика и анализ. - 2004. -№ 2(30). С. 81-90.
2. Сайт фандрайзингової кампанії Єльського Університету, США. Режим доступу до ресурсу: <http://yaletomorrow.yale.edu/gateways/index.html>
3. CollegeandUniversityEndowmentsReport 5.3 PercentAverageReturnin FY19 asEndowmentSpendingRises. Режим доступу до ресурсу: <https://www.nacubo.org/Research/2019/Public-NTSE-Tables>

*Терендій А.Б., студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка
anastasiyaterendiy@gmail.com*

*Городняк І.В., к. соц. н., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Львівський національний університет імені Івана Франка*

ІНСТИТУЦІЙНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Одним з найважливіших факторів розвитку економіки держави є іноземні інвестиції. Впродовж останніх років роль іноземних інвестицій у економіці України набуває ще більшого значення, адже наша держава проходить через стадію реформування економічних процесів на шляху до міжнародної інтеграції в європейський економічний простір. У сучасних умовах залучення іноземних інвестицій є одним з основних кроків щодо забезпечення умов виходу з кризи, зростання фінансово-економічних показників, залучення новітніх технологій та забезпечення структурних зрушень в народному господарстві.

Основу інвестиційної діяльності держави зазвичай визначають за обсягами прямих іноземних інвестицій й за інвестиціями в основний капітал. Для України необхідність залучення прямих іноземних інвестицій в умовах формування глобального економічного простору зумовлена такими причинами: недостатністю внутрішніх ресурсів і заощаджень, незначним обміном управлінським досвідом, сучасними технологіями, патентами, ноу-хау, ліцензіями, а також прагненням доступу до зовнішніх ринків.

Щодо прямих інвестицій до України, то протягом 2010-2016 років вони надходили з 134 країн світу, у тому числі: прямі інвестиції з країн ЄС зменшились і становили 24145,2 млн дол. США у 2018 р. порівняно з 31538,4 млн дол. США у 2010 р. Натомість прямі інвестиції (акціонерний капітал) з України в економіці країн ЄС поступово зростали впродовж 2010-2018 рр. з

5465,0 млн дол. США у 2010 р до 6115,1 млн дол. США у 2017 р., а у 2018 році зменшення до 6075,5 млн дол. США у 2010 р. (рис. 1). Слід зазначити, що Державний комітет статистики України наводить дані без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим і Севастополя.

Слід зазначити, що покращення чи погіршення інвестиційного клімату країни (регіону, галузі, підприємства і т.д.) відбувається під впливом певних чинників, які прямо чи опосередковано впливають на процеси інвестування та можуть сприяти чи гальмувати інвестиційну активність.

Процес залучення іноземних інвестицій та формування сприятливого інвестиційного клімату значною мірою залежить від інституційного середовища. В економічній науці під інституційним середовищем здебільшого розуміють основні політичні, соціальні і правові норми, які є базою для виробництва, обміну й споживання. Іншими словами, інституційне середовище - це визначений упорядкований набір інститутів, що визначають обмеження для економічних суб'єктів, які формуються у межах тієї чи іншої системи координації господарської діяльності. При цьому інститути поділяють на формальні та неформальні, тіньові та нетіньові [3, с. 61-66].



Рисунок 1 – Динаміка прямих іноземних інвестицій в Україну та з України,

млн. дол. США

Джерело: розроблено на основі [1].

Аналізуючи вплив інституційних чинників на прямі іноземні інвестиції в Україну слід зазначити, що найбільше відставання нашої держави від провідних країн світу спостерігається у сфері захисту прав інвесторів, розвинутості інфраструктури інвестиційної діяльності, прозорості реєстрації прав власності, свободи інвесторів від контролю держави та корупції, податкового навантаження на економіку тощо [2, с. 18-19.]

Серед інституційних чинників впливу на прямі іноземні інвестиції одним з найважливіших є інститут права власності. Ми намагалися проаналізувати динаміку оцінки інституту права власності України за даними «Звіту Світового економічного форуму» за 2009-2018 роки (рисунок 2) [4].

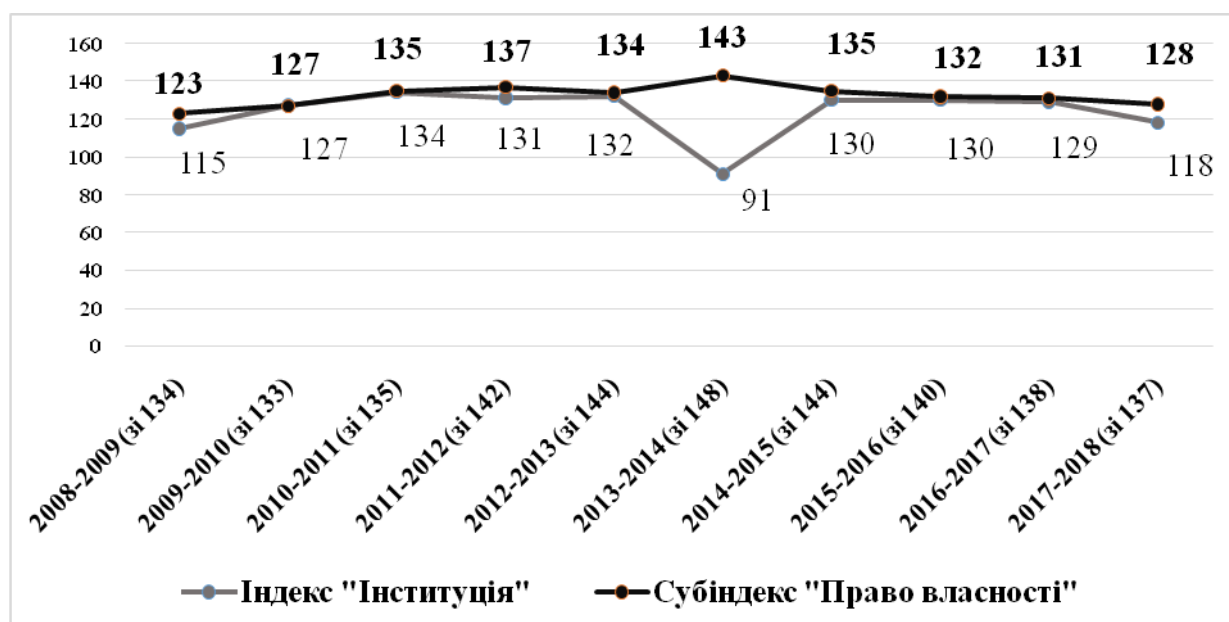


Рисунок 2 – Оцінка та позиція України

Джерело: побудовано на основі [4].

Слід зазначити, що для більшості інвесторів гарантування прав їхньої власності є однією з найважливіших передумов прийняття рішення про розміщення інвестицій.

Спираючись на досвід зарубіжних країн, ми використали один з методів кореляційно-регресійного аналізу який передбачає виявлення кореляційного зв'язку між однією чи кількома ознаками-факторами та результуючою змінною

і дає можливість визначити тісноту цього зв'язку за допомогою коефіцієнта кореляції ($K_{кор}$).

Для розрахунку впливу факторних змінних на результуючу використано надбудови «Пакет Аналізу» в Microsoft Excel для розрахунку коефіцієнтів кореляції досліджуваних змінних.

Відповідні показники інституційного середовища і результуюча змінна – обсяг прямих іноземних інвестицій ,що надійшли в економіку України за відповідний період та результати розрахунків подано в таблиці 1.

Таблиця 1

Коефіцієнти кореляції чинників інституційного середовища і результуючої змінної

Рік	Результуюча змінна ПІ, млн. дол. США	Індекси													
		Право власності	Захист інтелектуальної власності	Корупція і хабарництво	Захист інвесторів	Лобювання інтересів	Бюрократія	Ефективність правової системи	Прозорість урядової політики	Етична поведінка фірм	Надійність аудиту та звітності	Нецільове використання бюджетних коштів	Ефективність корпоративних рад	Ефективність державних витрат	Захист інтересів акціонерів
2015	2961	2,7	2,7	3,0	4,3	2,5	2,9	2,6	2,3	3,7	3,7	2,4	4,4	1,9	2,8
2016	3284	2,9	3,1	2,9	4,8	2,7	3,3	2,8	2,6	3,8	3,6	2,7	4,1	1,9	2,9
2017	2202	3,0	3,2	2,9	5,3	2,5	3,4	2,8	2,5	3,4	3,5	2,5	4,1	2,8	2,8
2018	2870	3,3	3,3	3,2	5,7	2,4	3,3	2,4	2,5	3,4	3,6	2,4	4,6	2,4	3,1
Коефіцієнт кореляції		- 0,2	- 0,3	0,1	- 0,4	0,6	- 0,4	- 0,2	0,8	0,8	0,7	0,4	0,2	- 0,9	0,3

Джерело: розроблено на основі [4].

Подані дані дають можливість простежити тісний прямий кореляційний зв'язок між обсягом прямих іноземних інвестицій, що надходили в економіку України за аналізований період і такими факторними змінними, як прозорість урядової політики, етична поведінка фірм, надійність аудиту та звітності ($K_{кор} > 0,7$). Саме даним показникам потенційні інвестори приділяють найбільшу

увагу. Дещо менш важливим для потенційних інвесторів є показник лобіювання інтересів ($k_{кор}=0,6$). Натомість, недостатньо суттєвими для залучення прямих іноземних інвестицій є такі чинники інституційного середовища, як нецільове використання бюджетних коштів, ефективність корпоративних рад та захист інтересів акціонерів ($k_{кор}<0,4$). Щодо ефективності державних витрат, захисту інвесторів, бюрократії, захисту інтелектуальної власності, права власності, ефективності правової системи, корупції і хабарництва, значення демонструють обернену залежність, яка передбачає, що збільшення факторної змінної спричиняє зменшення результуючої.

Слід зазначити, що досліджуючи інституційні чинники іноземних інвестицій в економіку України доцільно, перш за все, аналізувати державнерегулювання як сукупність інструментів, за допомогою яких відповідні органи держави на базі законодавства та в межах своєї компетенції здійснюють вплив на процес функціонування тієї чи іншої сфери суспільного життя.

Список використаної літератури

1. Офіційний сайт Державний комітет статистики України. URL:http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/zed.htm(дата звернення 28.11.2019).
2. Сімонова М.В. Глобалізація інституційного забезпечення прямого іноземного інвестування: автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. – Київ, 2012. 21 с.
3. Сохецька А.В. Інституційні фактори економічного зростання в умовах переходу України до ринку : дис. ... канд. екон. наук : 08.01.01. Львів, 2003. 226 с.
4. The Global Competitiveness Report. URL: <https://www.weforum.org/reports/the-global-competitiveness-report-2018>. (дата звернення 30.10.2019).

*Улянич Ю.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування*

*Чебан В.В., студентка
Уманський національний університет садівництва
yulia.ulyanich@gmail.com*

ІННОВАЦІЙНІ ТРЕНДИ СТРАХОВОГО РИНКУ

За своєю суттю інноваційна складова страхової діяльності є невід'ємним її елементом, оскільки страховик повинен розуміти та передбачати потреби своїх потенційних клієнтів і мати можливість ефективно реагувати на них, пропонуючи відповідні страхові послуги.

Більшість керівників страхових компаній визнають важливість інновацій в своїй діяльності, але незначна їх частина чітко розуміє процес реалізації інновацій в своїй бізнес-моделі та успішно інтегрує їх в свою діяльність. Для подальшого розгляду ролі інноваційної складової в підвищенні ефективності страхової діяльності необхідним, в першу чергу, є визначення поняття «інновація».

Інновації та інноваційна діяльність підприємств тісно пов'язана з функціонуванням економіки держави і тому повинна враховувати відповідні законодавчі та інші нормативно-правові акти. Згідно з Законом України «Про інноваційну діяльність» «Інновації – це новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукція або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного чи іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і (або) соціальної сфери», а «Інноваційна діяльність – це діяльність, яка спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоспроможних товарів і послуг» [1].

Але, інновації слід розглядати не тільки як результат чи процес, але й як культуру. На думку Б. Волтера (Benjamin A. Walter), виконавчого директора Hiscox USA, ключовим в страховій діяльності є інноваційно-орієнтована культура страховика, навколо якої будуються всі бізнес-процеси.

Страхування як особливий елемент фінансової системи має специфічні особливості інноваційного розвитку, що є результатом специфіки його функціонування.

Нині актуальними інноваційними трендами на страховому ринку України є:

– P2P страхування – це можливість для тих клієнтів, які бажають застрахуватися, об'єднатися в схожі групи по ряду ознак і сформувати загальний страховий фонд з якого і будуть відбуватися виплати при настанні страхових випадків. P2P страхові майданчики заробляють на комісії, яку беруть за свої послуги. Привабливість послуги для клієнта забезпечується можливістю повернути частину коштів, які призначаються для виплат за страховими випадками. Чим менше відбувається страхових випадків, тим більше грошей може повернути клієнт P2P сервісу (до 80% від вартості страхового полісу).

– «Активована за запитом» страховка дозволяє активувати дію страхового полісу коли настає необхідність, оплата здійснюється за період активної дії страхового полісу. Подібна послуга дозволяє активувати страхування від нещасного випадку саме тоді, коли ви відправляєтеся в туристичний похід, а КАСКО в період активного використання авто.

– Страхова телематика – перспективна страхова технологія, що дозволяє віддалено аналізувати персональні дані застрахованої особи. Дозволяє аналізувати стиль водіння при автострахуванні або ж показники здоров'я у клієнта, який купив послугу медичного страхування. Провайдери систем телематики підтверджують ефективність технології віддаленого моніторингу тим, що ймовірність аварії між «поганими» і «хорошими» водіями може відрізнятись в 6 разів і більше. Завдяки впровадженню віддаленого моніторингу

за допомогою телематики «хороші» водії можуть не платити за інших і заощадити на страховому полісі.

– Агрегатори страхових послуг і пропозицій – західним зразком подібного сервісу можна вважати сайт moneysupermarket, який дозволяє не тільки знайти найвигідніший страховий поліс, але і отримати спеціальні знижки і акційні пропозиції від провідних страхових компаній [2].

У 2017 році було запущено багато нових стартапів із залученням інвестицій у страхові компанії, використовуючи комбінацію нових технологій, таких як IOT, Blockchain, Cognitive, Gamification, Chatbot, Enabled і Virtual Reality, що дозволило зменшити операційні витрати, відмовитися від послуг страхових посередників, знизити вартість поліса, змінити підхід до обслуговування клієнтів.

Згідно з дослідженнями консалтингової компанії Accenture (Ірландія), глобальні інвестиції в індустрію страхових технологій (Insurtech) істотно збільшилися в 2017 році, лідером за темпами розвитку цього сектора виступає Європа.

В 2018 році кількість угод у сфері страхових технологій збільшилася на 39%, при цьому загальна їх вартість зросла на 32% до \$ 2,3 млрд [3]. Мережевий ефект мобільних телефонів та розробка додатків для цих пристроїв («Програми») дозволило багатьом компаніям охопити більшу аудиторію, ніж це було раніше. Як на прикладі ВІМА, у мобільних телефонів є можливість інформувати людей через SMS, надаючи інформацію про продукти, нагадуючи про виплату премій

Отже, для того, щоб страхові компанії були конкурентоспроможними на ринку, вони повинні постійно вдосконалювати свою діяльність, оновлювати асортимент страхових послуг, вдосконалювати систему взаємодії із клієнтами, освоювати нові канали збуту.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про інноваційну діяльність». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/40-15> (дата звернення: 27.03.2020).

2. Денисенко М.П., Корга О.П. Інновації на страховому ринку України. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 79–82.

3. . Инвестиции в европейские страховые технологии увеличились в 4 раза. URL: <https://www.ukrstrahovanie.com.ua/news/investitsii-v-evropeyskie-strahovyie-tehnologiiinsurtech-uvelichilis-v-4-raza>. (дата звернення 26.03.2020).

*Федотова Т. А., к. е. н, доцент,
доцент кафедри економіки і
управління національним господарством,*

*Долгова А.В.
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
feduy@ukr.net*

ВПЛИВ ВЕЛОШЕРИНГУ НА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: ЗАКОРДОННІ ТА ВІТЧИЗНЯНІ РЕАЛІЇ

Велошеринг - це система оренди велосипедів, яка передбачає вільне їх використання у будь-яких частинах міста. Сутність системи загального використання велосипедів полягає у тому, щоб зробити застосування цього виду транспорту максимально доступним, комфортним та безпечним. Задля цього потрібно встановити необхідну кількість станцій з велосипедами, концентрація і розмір яких буде залежати від району розташування.

Система велошерингу має численну кількість переваг, завдяки тому, що вона приносить користь не лише користувачеві, але й позитивно впливає на розвиток інфраструктури міста, у якому вона впроваджується.

Позитивний вплив системи велошерингу полягає у наступному:

1. Зменшення навантаження на громадський транспорт у «час пік». Користувачі можуть використовувати велосипед як альтернативу громадському транспорту.

2. Рішення проблеми «останньої милі». Велосипед використовується як спосіб пересування від автобусної станції до пункту призначення.

3. Розвантаження доріг у «час пік»[3].

4. Система велошерингу сприяє туристичній привабливості міста. Завдяки велосипеду туристи можуть більш швидко та дешево дістатися від одного туристичного об'єкту до іншого.

5. Покращення екології міста.

6. Позитивний вплив на здоров'я населення. Все більше українців на сьогоднішній день страждають хворобами системи кровообігу, органів дихання та травлення. Серцево-судинні захворювання є причиною 68% смертей в Україні[1]. Основними причинами захворювань є погана екологія, стреси, гіподинамія та нездоровий спосіб життя. Поширення велосипедного спорту було б гарним рішенням цієї проблеми, адже використання позитивно впливає на здоров'я людини.

7. Відносна безпечність велотранспорту.

8. Простір (раціональне використання землі). Для пересування та паркування велосипеда потребують значно менше місця, ніж інші види транспорту. З урахуванням того, що більшість європейських та пострадянських міст не розраховані на ту кількість автомобілів, що сьогодні в них знаходиться, цей аргумент є критично важливим.

Завдяки своєму позитивному впливу на всі сфери життя людини програми з велошерингу успішно функціонують у багатьох країнах Європи, таких як Польща, Швеція, Франція, Іспанія та інші. Здебільшого програми з поширення загального використання велосипедів є некомерційними, адже вони спрямовані на покращення та оптимізацію життєдіяльності людини.

В табл. 1 представлено статистику інтенсивності використання велосипедів у різних країнах Європи за зростанням показника.

Проведення соціального опитування з цього питання в групі першокурсників ДНУ ім. О. Гончара дало такі результати:

Велокористування у різних країнах Європи [2]

Країна	Велосипедисти, %	Способи використання
Китай	37,2	Здебільшого використовують, як засіб пересування на роботу і з роботи
Бельгія	48	Використання характеризується тим, що велосипедний спорт є національним видом спорту
Швейцарія	48,8	Дуже популярними є туристичні поїздки на велосипедах
Японія	56,9	Велосипеди використовуються як альтернатива громадському транспорту, адже це дійсний засіб позбавлення заторів на дорогах
Фінляндія	60,4	Використовується як найзручніший і швидкий спосіб пересування
Норвегія	60,7	Дозвілля людей неподільно пов'язане з велосипедним спортом
Швеція	63,7	Велосипед є невід'ємною частиною туристичного бізнесу країни
Німеччина	75,8	Велосипедний спорт є традицією та невід'ємною частиною культури
Данія	80,1	Користування велосипедами зумовлене тим, що населення розуміє позитивний вплив цього засобу пересування на екологію та здоров'я людини
Нідерланди	99,1	Велосипед використовується у всіх сферах життя, саме тому столиця Норвегії – Амстердам визнана найекологічнішою столицею світу

1. Більшість студентів готова регулярно використовувати велосипед як спосіб пересування у теплі пори року.

2. Найбільш регулярно велосипед використовують з травня по вересень, що характеризується сприятливими погодними умовами.

3. До найбільш вагомих проблем, з якими стикаються велокористувачі міста Дніпро, відносять:

- відсутність достатньої кількості місць для паркування у необхідних для цього місцях (біля автобусних зупинок, навчальних закладів, у центральних районах міста);

- неможливість зберігання велосипеда вдома (здебільшого ця проблема актуальна для мешканців багатоповерхівок);

- відсутність або недостатня кількість велодоріжок;

- дискримінація велокористувачів у правилах дорожнього руху, що

робить пересування на велосипеді небезпечним та некомфортним;

- погана якість доріг, тротуарів (вибоїни на дорогах або на узбіччях доріг, високі та нерівномірно розташовані бордюри заважають пересуванню на велосипеді).

4. Більшість опитуваних не знайома із системою та терміном «велошерингу», саме тому вони зможуть повною мірою оцінити її значення та користь лише після детального ознайомлення із принципами роботи цієї системи.

5. Для більш ефективного ознайомлення із системою велошерингу необхідно:

- провести ознайомлення із способами поширення та функціонування подібних систем у різних країнах Європи та світу;

- провести оцінку всіх позитивних та негативних сторін системи (розказати про плюси, мінуси та перешкоди системи велошерингу);

- привести приклад різних видів впровадження системи загального користування велосипедами, ознайомивши користувачів із всіма аспектами проекту.

Після проведення заходів ознайомлення, більшість опитуваних виявила зацікавленість щодо впровадження системи велошерингу у місті Дніпро, та виголосила готовність брати активну участь у цій програмі. Це зумовило актуальність розробки способів впровадження системи загального користування велосипедами у місті Дніпро.

Для більш ефективної реалізації проекту з впровадження системи загального використання велосипедів в місті Дніпро, пропонується почати з варіанту «велосипеди біля громадських міст». Це потрібно для того, щоб без високих ризиків дослідити ідею розвитку міської системи велопрокату, адже система «велосипеди біля громадських міст» є найбільш економічно низьковитратним варіантом, тому що не потребує ні спеціалізованих автоматизованих станцій, ні спеціальних турнікетів.

Система «велосипеди біля громадських місць» та її вплив на розвиток

закладів, біля яких розташовані велосипедні станції:

1. Активна реклама закладу. За рахунок того, що користувачі системи «велосипеди біля громадських місць» мусять зайти всередину закладу, щоб отримати або здати ключ від велосипеда, вони будуть впливати на підвищення прибутку закладу. Люди будуть ознайомлюватися з продукцією кафе, дізнаватися про їх нововведення та цінову політику загалом. Таким чином система «велосипеди біля громадських місць» буде сприяти підвищенню попиту на продукцію закладів, біля яких розташовані велосипедні станції.

2. Заклади, біля яких знаходяться станції велопрокату можуть вводити спеціальні акційні пропозиції, або купони для користувачів системи велошерингу. Це сприятиме розвитку привабливості таких закладів для велолюбителів, а також покращуватиме попит на ту чи іншу продукцію закладу.

3. Реклама на велосипедах. Такий вид реклами сприятиме підвищенню популярності тієї чи іншої мережі закладів, адже жителі міста постійно будуть помічати логотип їх компанії на велосипедах.

4. Після успіху такого варіанту велопрокату можна буде точно дослідити статистику користування системою велошерингу у місті Дніпро, і вже виходячи з цих даних впроваджувати більш розвинену систему загального користування велосипедами у місті.

Список використаної літератури

1. Нездоровье нации, [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://magazine.nv.ua/journal/3244-journal-no-32/nezdorove-natsii.html>

2. 10 стран любителей велосипедов, [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://ex3m.com.ua/articles/10-stran-lyubitelej-velosipedov/>

3. Велосипед у місті, [Електронний ресурс], - Режим доступу: <https://mistosite.org.ua/articles/velosyped-u-misti-ekonomichnyi-efekt>.

*Федотова Т. А., к. э. н, доцент,
доцент кафедры экономики и
управления национальным хозяйством,*

*Муха А.
Днепровский национальный университет им. О. Гончара
feduy@ukr.net*

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА РЕШЕНИЯ ТРАНСПОРТНЫХ ПРОБЛЕМ ГОРОДСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ

Маршрутные такси во многих городах стали чуть ли не главным видом общественного транспорта, и многим пассажирам они кажутся удобными. Во-первых, в маршрутке почти всегда сидишь, во-вторых, они часто останавливаются не на остановках, а где удобно, и ходят чаще, чем электротранспорт. Но при детальном рассмотрении становится понятно, что от маршруток больше вреда, чем пользы, и в логистически оптимальном транспортном обеспечении города количество маршрутных такси должно быть минимальным.

Главная проблема маршрутных такси – это вместимость. В один микроавтобус помещается 15 пассажиров, в то время как в один трамвай или автобус – до 120, а в современные сочлененные трамваи поместится и до 300 пассажиров, что особенно актуально на загруженных маршрутах.

Применительно к городу Днепр, городу «всевластия маршруток». К примеру, одна из главных транспортных магистралей города - Слобожанский проспект - в часы пик или из-за незначительной аварии стоит в огромных пробках. Если оценить ее вместимость так сказать, то 30 процентов трафика в ней составляют маршрутки. Они забивают всю правую полосу, они постоянно перестраиваются из ряда в ряд, пытаются обогнать друг друга, чем повышают аварийную ситуацию на дороге. В тот же время по вместимости пассажиропотока вместо 10 маршрутных такси на дорогу мог находиться один современный троллейбус или автобус.

Маршрутные такси целесообразны для использования в тех районах, где низкий пассажиропоток, например, с направленностью в частный сектор на краю города. В то же время совершенно неэффективно дублировать маршруты нормального транспорта микроавтобусами.

С финансовой точки зрения маршрутные такси малоприбыльны для города чем общественный транспорт. Они генерируют значительное количество наличных денежных средств, которые сложно контролировать. Часто владельцы этого бизнеса уходят от налогов, или регистрируются как индивидуальные предприниматели, платя минимальный налог. В то же время они не требуют дорогостоящей инфраструктуры, как, например, трамваи или троллейбусы. Часто маршрутные такси не тратят на парковку, в отличие от значительных средств на содержание ангаров для общественного транспорта; их часто на ночь паркуют просто во дворе, где живет водитель, а утром они сразу выходят в рейс.

При этом они находятся в более выгодном положении, так как у них нет социальных обязательств перед пассажирами. Они могут отказаться возить льготные категории, сняться с маршрута, когда пассажиропоток падает поздно вечером. Кроме того они пользуются остановками, построенными за государственный или муниципальный счет для общественного транспорта.

Владельцы микроавтобусов хотят много зарабатывать и, естественно, стремятся выходить на самые загруженные городские маршруты. Поэтому часто маршрутные такси начинают конкурировать за пассажиров с трамваями и автобусами.

В результате часть пассажиров с общественного транспорта переходит на маршрутные такси. Льготные категории населения остаются в трамваях и троллейбусах, т.к. их не особо берут водители в маршрутные такси. Мэрия вынуждена снимать трамваи и троллейбусы с маршрутов, а иногда и полностью закрывать их, т.к. из-за низкого пассажиропотока они себя не только не окупают, но и приносят значительные убытки на их содержание. А к микроавтобусам выстраиваются очереди. При этом перевозчик не стремится

закупать новые комфортабельные микроавтобусы и выпускать на маршрут дополнительные машины.

В итоге система общественного транспорта разваливается, транспортные предприятия, обслуживающие город, становятся глубоко убыточными, нет денег на обновление подвижного состава и ремонт инфраструктуры. С каждым годом общественный транспорт становится более изношенным, начинает редко ходить и постоянно ломаться. Пассажиры это снова стимулирует переходить на поездки в микроавтобусах.

Мэрия должна развивать общественный транспорт, обновлять подвижной состав, строить оптимальные удобные для горожан маршруты. В последнее время в городе Днепр данные вопросы начали решаться, однако вопрос остается все еще актуальным.

Сегодня во многих городах проблема настолько серьезная, что просто отменить маршрутные такси не получится [2]. Необходимо несколько лет восстанавливать общественный транспорт, строить новые маршруты, оптимизировать старые, модернизировать подвижной состав и ремонтировать дороги.

Украине, к сожалению, еще очень далеко до других стран, где функционирует трамвай в воздухе, отдельные крытые дороги для автобусов и специальные транспортные системы для университетов, а транспорт в сельской местности модернизированной и современной, чем у нас в городах.

Изучив топ наиболее эффективных транспортных средств передвижения в других странах и ознакомившись со стоимостью их введения, приходим к выводу, что изменить ситуацию с транспортным обеспечением в Украине вполне реально, скомбинировав эффективные проекты зарубежных стран.

Надземный экспресс - позволит не быть зависимым от пробок на дорогах. Идеально подходит для узких улочек, в которых одна машина еле помещается, не говоря уже про общественный транспорт[1].

Надземный экспресс в первую очередь должен решить проблему с самыми загруженными маршрутами, а именно совсем заменить их, соединяя:

Амур-Нижеднепровский, Индустриальный, Центральный, Соборный, Шевченковский районы. Интервал движения должен составить 2–6 минут, скорость движения — 80 км/ч.

Длина трассы должна составить 20,81 километр.

Трасса надземного экспресса должна пройти от ст.ж/м Каменский до ст.пл. Академика Стародубова, вместо 124-а и 126 маршрутов.

Рассматривается технология подвешенного монорельса и частично наземное прохождение трассы. В качестве вариантов подвижного состава рассматривается несколько предложений от ведущих мировых производителей подвижного состава для систем легкорельсового транспорта.

Надземный экспресс будет создаваться на основе концессионного принципа: финансирование проекта будет осуществляться на 60% из государственных средств и на 40% – из частных.

Проведен расчет себестоимости проезда 124а маршрута и надземного экспресса на одного пассажира. Следует заметить, что прибыль у надземного экспресса выше, а что самое главное, пойдет она в государственный бюджет, а не в частные руки без уплаты налогов.

По результатам определения эффективности проекта можно сделать вывод, что его внедрение в полной мере реально в условиях городской агломерации, имеются проверенные и доказавшие в зарубежных странах свою эффективность проекты, и социально-экономические выгоды от него в несколько раз больше действующих сейчас транспортных систем города Днепр.

Список использованной литературы

1. 5 способов решить транспортные проблемы Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа к ресурсу: <https://businessviews.com.ua>.

2. Реально ли в Украине запретить маршрутки [Электронный ресурс]. - Режим доступа к ресурсу: <https://delo.ua>.

*Федотова Т.А., к.е.н., доцент,
доцент кафедри економіки та
управління національним господарством*

*Брожина В.В.
Дніпровський національний університет імені О.Гончара
brozhina01@gmail.com*

ПРОБЛЕМИ УЧАСТІ ДЕРЖАВИ В ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ В УКРАЇНІ

Актуальність. Перспективи розвитку економічних систем у великій мірі залежать від постійних інновацій, а саме здатності членів суспільства створювати та втілювати їх у життя. Потреба у підвищенні результативності праці, розвиток інструментів, техніки, технологій за допомогою інновацій росте через збільшення попиту. Інвестиційна державна політика в Україні потребує вдосконалення.

Мета: розгляд найбільш дієвих моделей державної політики інвестування для створення сприятливої середовища для розвитку ресурсного та наукового потенціалу країни.

Виклад основного матеріалу. Один з факторів, що викликають дисбаланс в сфері інвестицій - надвисокий відсоток вкладів власних коштів господарств серед джерел інвестування. Державна підтримка сільського господарського сектору України становить менше 8,3% від обсягу виробленої сільськими господарствами продукції. В США вона становить 40%, у Японії та Франції – 72% від вартості продукції [1]. Промахом є нераціональний розподіл інвестицій між об'єктами вкладень, що їх потребують. У 2016 році частка від всієї фінансової допомоги, що була виділена на вдосконалення програмного забезпечення та бази даних склала лише 1,75% , загалом у нематеріальні активи було інвестовано 3,3%. В той же час на житлове та нежитлове будівництво витратили майже 50%. Дані свідчать про необхідність усунення нерівномірності розподілу інвестиційних вкладів по галузям промисловості -

високих показників інвестиційної активності в сировинних галузях і галузях природних монополій при недостатньому інвестуванні в наукомісткі високотехнологічні сфери, наприклад ІТ. В тому числі доцільно підтримати малі господарства, які не є привабливими для приватних інвесторів. Здобуття високого міжнародного економічного статусу України можливе лише за умов випередження параметрів економічної динаміки у порівнянні з середньосвітовими, зокрема темпів зростання ВВП, покращення показників інфляції, усунення дефіциту державного бюджету та заборгованості [2].

Гостро стоїть питання відсутності довіри в Україні у економічних взаємовідносинах, зумовлене першочергово людським фактором - добросовісністю, рішенням брати на себе відповідальність, прихильністю спільній справі та власній державі українських виробників товарів та послуг. Спостерігається тенденція до подальшого поширення недовіри, явище притаманне майже кожній сфері взаємовідносин у суспільстві. Перше місце за обсягом спричиненої шкоди займає проблема недовіри населення до владних структур. Причиною є зловживання чиновниками своїми привілеями, використання службового становища особистих інтересах, для власного бізнесу, а не задля вирішення питань суспільства, їх байдужість до наслідків.

Наступна сфера - конкурентне середовище між суб'єктами економічних відносин, а саме нечесна конкуренції і небажання визнавати соціальну відповідальність. У приватних бізнесменів немає довіри до держави в особі чиновників, як представників державних органів влади, що заважають чесній діяльності, зокрема сферах виробництва, приватизації. У суб'єктів господарювання різних форм власності відсутнє сприйняття, будь-яка мотивація довіри до правоохоронних органів, що пов'язано з високим рівнем корупції, іншими видами недотримання законів та неформальних норм. До того ж підприємці проявляють безвідповідальність за власні дії, а правоохоронних органи байдужі до суб'єктів господарювання, що ведуть рейдерську діяльність.

Доцільним є перегляд досвіду розвинених країн світу, що досягли значних успіхів в державному інвестиційному регулюванні, державному

управлінні в цілому. Приклад країни з ефективною інвестиційною державною політикою, що зберігає такі позиції впродовж багатьох років - Японія. Ефективне розпорядження та використання можливостей менеджменту, організація праці робочої сили, високо розвинена сучасна техніка та наука з лихвою нівелюють нестачу природних ресурсів на території острівної держави. Вона як і будь-яка країна періодично переживала гострі фінансові кризи, та наразі японський уряд переконує, що найгірше у банківській сфері вже позаду, і в подальшому держава суттєво зміцніє.

Найважливіші важелі впливу з боку держави на рух інвестицій ділять на три категорії:

- співробітництво, узгодження цілей та планів дій найвпливовіших корпорацій, безпосередня адміністративне втручання в інвестиційні процеси;

- обмеження або ж підтримка фінансових вкладень. Здійснюються через грошову, податкову і амортизаційну політики, управління позичковим відсотком;

- заохочення вкладень у певні конкретні галузі та регіони, переважно за допомогою інвестиційного кредитування [3].

Наявність власної інформації про діяльність та фінансовий стан підприємств створює для банку Японії певні якісні і тимчасові переваги при короткостроковому прогнозуванні процесів в економіці. Банк розвитку Японії досліджує інвестиційну діяльність великих корпорацій, їх цілі. Міністерство фінансів Японії проводить анкетування, воно включає баланс підприємства, дані про прибуток і збитки, оцінює тенденції інвестиційної діяльності. Міністерство промисловості і зовнішньої торгівлі Японії розробляє стратегію управління в промисловій та торговельній сфері на підставі анкетування, маючи дані про виробництво, поставки і замовлення.

Висновок. Україна має територію, надзвичайно наділену природними ресурсами. Для найбільш повного розкриття її сировинного та наукового потенціалу та виходу на новий рівень економічного та соціального розвитку країні не вистачає налагодженої системи державного спрямування та впливу,

зокрема на інвестиційні рухи. Слід звернути увагу на головні характерні риси інвестиційної політики Японії - країни, чия ринкова економіка вже зміцніла і продовжує розвиватися: співробітництво держави з приватними інвесторами, створення сприятливих умов, заохочення інвестицій у стратегічні галузі промисловості, управління розмірами та інвестицій та розподілом в галузях та територіально, збір інформації, а отже обізнаність у фінансовому стані підприємств для економічного прогнозування, ефективне управління системою податків, кредитування. Не останнє місце займає сприяння довірливим, співробітницьким відносинам державних органів влади з окремими суб'єктами господарювання.

Список використаної літератури

1. Проблеми та перспективи розвитку інноваційної діяльності в [Електронний ресурс] // Матеріали XI міжнародного бізнес-форуму. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/ODc0Mw==/53ec8a30e688165ab46cb806c8831614.pdf>.
2. Інвестиційно-інноваційна безпека як фактор економічного зростання [Електронний ресурс] // Матеріали XI міжнародного бізнес-форуму. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://knute.edu.ua/file/ODc0Mw==/53ec8a30e688165ab46cb806c8831614.pdf>.
3. Гоцуляк Л. В. Інвестиційна політика розвинених країн в умовах становлення інноваційної економіки [Електронний ресурс] / Л. В. Гоцуляк // Ефективна економіка – 2014. – № 9. - Режим доступу до ресурсу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3330>.

*Федотова Т.А., к. е. н, доцент,
доцент кафедри економіки і
управління національним господарством*

*Джигя Л.В.
Дніпровський національний університет ім. О. Гончара
feduy@ukr.net*

ТРАНСПОРТНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛЮДЕЙ З ІНВАЛІДНІСТЮ: ЗАКОРДОННИЙ ТА НАЦІОНАЛЬНИЙ ВЕКТОР

Рівень цивілізованості суспільства визначається ставленням до найбільш вразливих та найменш захищених його членів. Проблеми осіб з інвалідністю серед інших соціальних, економічних і політичних проблем сучасності вважаються актуальними в більшості країн світу. Інвалідність в сучасному світі — це справжній виклик для людини. Дискримінація в освіті, в охорон здоров'я, в побуті, стереотипи, бар'єри, упереджене ставлення, загроза бідності - ось що чекає на людину із обмеженими можливостями. І дуже часто причина цього криється не в самій людині, а в суспільстві, яке її оточує.

Наш проект спрямований на те, щоб «пом'якшити» багаточисленні складнощі у житті цієї категорії суспільства. Пропонується випустити в обіг міжміський транспорт, який буде рухатися місцевістю сільського типу та обслуговувати осіб з особливими потребами (осіб з інвалідністю). Даний транспорт розрахований виключно на цю групу населення, що є достатньо зручним, адже: забезпечить осіб з інвалідністю належною підтримкою в плані пересування; вирішиться проблема стовпотворіння в транспорті.

Актуальність дослідження зумовлена тим фактом, що понад 650 мільйонів людей в усьому світі мають інвалідність, з них майже 470 млн. осіб працездатного віку [3]. Якщо додати до цього числа членів їх родин, то отримаємо близько двох мільярдів людей які стикаються з інвалідністю. У кожному регіоні світу, в кожній країні є такі люди. Ускладнюється ситуація

тим, що з кожним роком кількість людей як з вродженою, так і з набутою інвалідністю зростає.

Нами було проведено соціологічне опитування, яке допомогло дізнатися про думку та ставлення здорових людей до осіб з особливими потребами. В опитуванні більшість зазначила, що співчувають, а також мають відчуття жалю, смутку та бажання допомогти в їхній складній ситуації. Деякі навіть відчувають незручність при зустрічі з інвалідом та повагу через те, що вони намагаються справлятися зі своїми проблемами. 90% опитаних вважають за потрібне запустити спеціалізовані міжміські автобуси та погоджуються з тим, що це зможе покращити соціальне становище цієї групи населення.

Для дослідження рівня соціальної підтримки в сфері транспортного питання в місті Дніпро, потрібно проаналізувати наявність спеціального громадського транспорту для осіб з інвалідністю. В кожному маршрутному таксі (маршрутки) є місця, призначені для осіб з інвалідністю; наявні великі автобуси, в яких також є місця, а також спеціально відведена частина для інвалідів на візках. Але в сільській місцевості ситуація дедалі складніша. Інколи місця в автобусах та мікроавтобусах не вистачає навіть для здорових людей.

В цьому зв'язку метою нашого проекту є допомога у пересуванні людей з вадами здоров'я, які потрапили у надзвичайно складну життєву ситуацію, і вимагають підтримки у соціальному забезпеченні.

Пропонуємо запустити мікроавтобуси, які будуть виїжджати із сільського населеного пункту та прямувати до міста Дніпро по маршруту, який буде проходити через попутні села. У місті Дніпро нараховується 22 райони, на кожен з яких повинно призначатися по 2 мікроавтобуси для пільгової категорії. На сільську місцевість припадає менший відсоток людей з інвалідністю, ніж на міську (приблизно 30%). Тому кількість транспортних засобів була встановлена внаслідок порівняння: впровадження одного транспортного засобу спричинить проблему нестачі посадочних місць, а більше, ніж двох – простою транспорту.

Особа матиме можливість забронювати місце в транспорті для себе, не виходячи з дому. Достатньо лише заповнити заявку, в якій вказується прізвище,

ім'я та по батькові, номер телефону, домашня адреса (або місце, куди повинен прибути автобус), дата та місце призначення (тобто місце, куди треба доставити особу з інвалідністю), а також зазначення виду та рівня інвалідності особи. Після збору на протязі 2-3 днів всіх заяв (якщо їх багато, то на наступний день), соціальний працівник повинен визначити дату перевезення пасажирів до міста та повідомити кожного продату та час. Коли список пасажирів складений, соціальний працівник зобов'язаний скласти точний маршрут, враховуючи всі місця посадок та висадок пасажирів та передати для ознайомлення водієві.

Після висадки всіх пасажирів водій та соціальний робітник чекають пасажирів. До уваги береться час перебування кожної людини. Коли всі пасажирів будуть звільнені від своїх справ, водій повинен забрати кожного з того місця, де була висадка. У випадку, якщо на один день кількість заявок перевищує кількість місць, яку може запропонувати мікроавтобус, повинна бути передбачена можливість запустити інший рейс. Додатковий рейс може також використовуватися у разі, коли великій кількості людей потрібно дістатися до свого місця призначення у часи, які мають між собою значний розрив.

Залежно від марки фургона, інвалідний автобус може бути обладнаний від одного до трьох місць для розміщення колясок, а пасажиромісткість транспортного засобу дозволяє розмістити відповідно від 6 до 15 осіб. Особливості пересування маломобільних пасажирів диктують свої умови, необхідні для дотримання при виборі даної категорії транспорту, тому до основних відмінностей таких автобусів відносяться: установка додаткової зникаючої сходинки, підйомного пристрою або пандусів (апарелей), які дозволяють легко і швидко погрузити, вивантажити і розташувати інвалідні коляски; наявність місця для розміщення інвалідних крісел-колясок, які повинні бути розташовані по ходу руху (при цьому особлива увага приділяється надійності фіксації інвалідних крісел під час поїздки); установка сигнальних кнопок для можливості подачі сигналу про зупинку в місцях

розміщення маломобільних пасажирів; наявність горизонтальних поручнів уздовж місць розміщення пасажирів в інвалідних колясках; наявність на зовнішніх сторонах кузова спереду і ззаду розпізнавальних знаків «Інвалід» та ін.

Зазвичай підйомний пристрій розташовують в отворі праворуч від бічних дверей, які додатково обладнуються електроприводом. За бажанням замовника мікроавтобус для інвалідів-візочників може мати заднє завантаження (через задні двері) [1]. При цьому зона завантаження обов'язково обладнується додатковим освітленням для використання в темний час доби. Також автоматично (як з салону автобуса, так і з робочого місця водія) управляється приймальний пристрій для підйому (опускання) інваліда в кріслі-колясці і підніжка, яка прибирається.

Відсутність подіуму, вологостійке, антистатичне і нековзке покриття для підлоги зробить переміщення маломобільних пасажирів та їх супроводжуючих по салону автобуса для перевезення інвалідів зручним. Крім того, автомобіль оснащується такими засобами безпеки, як аптечка, вогнегасники і молоточки для аварійного виходу.

Фінансування цього виду громадського транспорту здійснюється на обласному рівні. Тобто повне фінансування цього проекту забезпечується обласною радою, яка надаватиме відповідну щодо кожного району суму.

За нашими підрахунками на один район припадає в середньому 1 600 300-4 000 750 грн. Вартість вказаних вище моделей мікроавтобусів коливається від 800 тис. до 2 млн. За законодавством України, особи з інвалідністю мають право на пільговий проїзд у громадському транспорті, а тому маломобільний пасажир зобов'язаний сплатити 50% від вартості квитка, інші 50% оплачує держава. Заробітна плата соціального працівника за даними сайту work.ua [2] складає 4-8 тис. в місяць, в середньому – 5,9 тис., зарплата водія коливається від 10 до 12 тис. в місяць, в середньому – 11 тис.

Для соціально-орієнтованої країни як Україна не надто складно зробити крок назустріч соціально вразливій частині населення. Автобуси для людей з

інвалідністю – це сигнал про здатність у наданні допомоги вищих органів державної влади, сигнал, який дає зрозуміти народіві України про небайдуже ставлення до себе. У цьому випадку в населення України пробуджуються почуття вірності та патріотизму до своєї держави.

Список використаної літератури

1. Кравченко М.В. Актуальні проблеми соціального захисту інвалідів в Україні // Державне управління: теорія та практика. – 2010. – №2. – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10kmvziu.pdf>
2. Робота: вакансії [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.work.ua>.
3. Череватий О. Недбалість чи дискримінація людей з інвалідністю? // З послання Генерального секретаря ООН Пан Гі Муна. – 2014. – Режим доступу: <https://naiu.org.ua/nedbalist-chy-dyskryminatsiya>.

*Хомич Л.В.,
аспірантка кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи,
Хмельницький національний університет
liliyahomych@gmail.com*

ЛІДЕРСТВО І КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА У ФОРМУВАННІ МОТИВАЦІЙНОГО СЕРЕДОВИЩА ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Входження світової економіки у чергову глобальну кризу, яка нині спровокована пандемією COVID-19, значно актуалізувало для суб'єктів господарювання проблему розвитку управлінських технологій, які б забезпечували виживання бізнесу. Це можливо за наявності певного потенціалу розвитку, який криється у здатності працівників підприємства відмовлятися від тих елементів бізнес-процесів, які стало неможливо (чи занадто складно) виконувати в умовах чинних (і майбутніх) карантинних заходів і переходити до нових, які можуть не тільки успішно замінити усталені, а й створювати для

бізнесу додаткові конкурентні переваги. Для цього менеджерам необхідно забезпечити зростання інноваційної активності працівників підприємства, результатом якої є створення й оперативне упровадження у практику господарювання перспективних для збереження бізнесу новацій.

Проблемою підвищення інноваційної активності вітчизняних бізнес-структур для реалізації завдань інноваційного розвитку займаються багато сучасних науковців, зокрема, Ю. Головчук, Л. Гризовська, С.Ілляшенко, О. Мельник, П. Перерва, Г. Савіна, В. Стадник, М. Шарко, О. Ястремська та ін. Однак проблема залишається актуальною для більшості сфер економічної діяльності. Та в промисловості вона є найбільш відчутною – адже інноваційна активність тут передбачає нові техніко-технологічні рішення, що робить інноваційний процес капіталомістким. А в умовах глобальної економічної кризи це може катастрофічно порушити економічну безпеку суб'єкта господарювання і навіть спричинити його банкрутство.

Проблема ризиків господарської діяльності завжди лягає на плечі керівництва. І керівникам, окрім прогнозних розрахунків, треба мати дар особистого передбачення, щоб оцінити перспективність тієї чи іншої новинки, а також рішучість лідера – для того, щоб переконати інших у правильності свого бачення. «Здатність до стратегічного бачення має доповнюватись таким поданням його своєму оточенню, яке б викликало бажання людей наполегливо і з ентузіазмом працювати для досягнення поставлених цілей – саме на цьому ґрунтується вплив і влада лідера, його здатність згуртовувати навколо себе людей, розширювати коло послідовників» [1]. Тому проблема ефективного лідерства є актуальною для будь-якого підприємства, що працює в умовах конкурування за ринки чи ресурси.

Ключову роль лідера у ініціюванні інноваційних змін визнають усі дослідники, що вивчають організаційну поведінку. Водночас недостатньо уваги приділяється питанням впливу лідера на формування корпоративної культури в контексті культивування цінностей, що спонукають персонал до інноваційно-активної поведінки. Розуміння сутності лідерства як явища дає змогу

менеджменту підприємства формувати і ефективно використовувати переваги плідної співпраці учасників організаційної взаємодії – як в межах самого підприємства, так і поза його організаційним простором в ході процесів обміну ресурсами і товарами. Актуальність цих питань для вітчизняних підприємств в умовах світової економічної кризи і визначила мету даного дослідження.

Мета дослідження – визначити роль і завдання лідера у формуванні корпоративної культури промислових підприємств в контексті культивування цінностей, що спонукають персонал до інноваційно-активної поведінки.

Результативна й ефективна співпраця учасників трудових колективів можлива завдяки їх розумінню цінності внеску кожного у загальні результати, яка сприяє досягненню спільної мети. Ключову роль у визначенні як самої мети, так і ролі кожного учасника у її досягненні відіграють лідери, які виступають ініціаторами і мотиваторами інноваційних змін.

Про значні мотиваційні можливості лідера і їх цінність для забезпечення результативності спільної діяльності зазначається в багатьох наукових джерелах. Наприклад, американські дослідники Дж.М. Коузес та Б.З. Познер п'ять базових здібностей лідера: моделювання шляху для досягнення мети із залученням у цей процес колег та послідовників; надихання послідовників; сприйняття кожної нової мети як виклику надання послідовникам можливості досягати більшого; підбадьорення послідовників [2]. Поглиблений аналіз сутнісного наповнення цих здібностей чітко вказує на те, що вони мають мотиваційний характер, спонукаючи послідовників до вирішення тих завдань, з якими інші не можуть впоратись. Причому ця мотивація актуалізує потреби вищого рівня, які є набагато сильнішими для людей, оскільки відображають їх соціальний статус. Для успіху сучасного підприємства надзвичайно важливе лідерство, яке ґрунтується на цінностях розвитку людського потенціалу, розвитку потреб і мотивів, що відповідають сучасним запитам суспільства.

Здатність лідера до пробудження у своїх послідовників потреб вищого порядку доцільно реалізувати через розвиток відповідних цінностей корпоративної культури. Корпоративна культура є об'єднуючим елементом

соціальної складової внутрішнього середовища підприємства – адже закладені в ній цінності сприймаються усіма працівниками як необхідні умови досягнення як особистісного, так і корпоративного успіху. В сукупності вони визначають загальну економічну поведінку підприємства в ринкових ситуаціях – його принципи ведення бізнесу, основні цільові установки на способи й форми ведення конкурентної боротьби – будуть вони узгоджуватись з ціннісно-нормативними настановами суспільства чи ні.

Тобто, цінності корпоративної культури опосередковано формують певне мотиваційне середовище. Середовище, яке не містить прямих стимулюючих впливів, але формує атмосферу підтримки певного типу поведінки працівників компанії. Розвиток корпоративної культури в контексті активізації інноваційної діяльності має підкріплюватися відповідними мотиваційними заходами. В підсумку це закладатиме мотиваційну основу зміни поведінкових стереотипів найманих працівників. При цьому необхідно розвивати не тільки ті корпоративні цінності, що сприяють лояльності працівників до підприємства, досягненню організаційного консенсусу і плідної спільної діяльності, а й ті, які підтримують ініціативність підлеглих, вміння відстоювати свої позиції навіть у конфліктних ситуаціях. Саме такі поведінкові характеристики об'єктивно необхідні для підвищення активності людей і результативності інноваційної діяльності підприємства.

Серед моделей, які описують вплив корпоративної культури на поведінку працівників, найбільш вдалою можна вважати модель Квіна-Рорбаха [3, с. 448]. У ній акцентовано на тому, що в основі успіху сучасної компанії лежать здатність до адаптації, вміння досягати поставлених цілей, вміння інтегрувати діяльність всіх складових компанії, визнання і підтримка дій керівництва суспільством, що є свідченням їх суспільної корисності.

Критичне осмислення даної моделі показує, що в конкурентному середовищі і в умовах глобальної кризи більш ефективно фокусуватися на розвитку адаптивних властивостей компанії, проте ця адаптивність має бути випереджуючою, а не реактивною. Тільки це забезпечуватиме компанії

формування більш стійких конкурентних переваг. Проте й інтеграційні здібності компанії не менш важливі – особливо в умовах стиснення попиту, коли необхідно узгоджувати дії партнерів для паралельного здійснення інноваційних змін у структурі бізнес-процесів. Розробка конкретних пропозицій для розвитку таких цінностей в корпоративній культурі і буде предметом наступних досліджень.

Список використаної літератури

1. Стадник В.В. Мотиваційний потенціал лідерства і гендерні стереотипи в державному управлінні. *Вища освіта України*. 2017. № 2(дод.1). С.62-65.
2. Kouzes J. M., Posner B. Z. *The Five Practices of Exemplary Leadership*; 2nd Edition. Wiley, 2011. 24 p.
3. Виханский О.С., Наумов А.И. *Менеджмент: учебник*. Москва : Экономистъ, 2003. 528с.

*Чеботарьова Н.М., к. е. н., доцент
доцент кафедри економіки,
маркетингу та підприємництва
ДЗ «Луганський національний університет
імені Тараса Шевченка» (м. Старобільськ)
lug.ukr_37@i.ua*

ЄВРОПЕЙСЬКІ КРАЇНИ ЯК ГОЛОВНІ ІНВЕСТОРИ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ

Актуалізація питань залучення коштів іноземних інвесторів в економіку України зумовлена, передусім, відсутністю необхідних обсягів внутрішніх інвестицій, недостатньою з боку держави підтримкою вітчизняного виробництва тощо. Зростання обсягів прямих іноземних інвестицій (ПІІ) в економіку нашої країни має важливе значення для її подальшого поступового розвитку. Дослідженню проблем залучення ПІІ присвячені роботи таких вчених, як: А. Р.Дунська, О. В.Бойко [1], О.А. Прокопчук [2], П.А.Пуларія[3]

та інші. Проте, метою даного дослідження є аналіз впливу на економіку України ПІІ з країн Європейського Союзу (ЄС).

Країни ЄС є активними інвесторами в українську економіку, їхня частка в загальних обсягах ПІІ складає 77%. Станом на 31.12.2018 р. найбільшим інвестором серед європейських країн є Кіпр (35,9 %), на другому місці – Нідерланди (28,5%), Велика Британія – третьому (7,9 %). Відомо, що у більшості своїй кіпрські інвестиції – це кошти українських олігархів та великих підприємців, які були виведені за межі країни задля уникнення від національного оподаткування.

Наші дослідження показали, що обсяги ПІІ з ЄС у 2019 р. порівняно з 2010 р. (табл. 1), скоротилися на 40 %[4]. Значно (майже в 4 рази!) скоротилися обсяги інвестицій з Німеччини, яка є стратегічним партнером України і посідає 4 місце серед 28 країн ЄС. Така ж ситуація склалася із ПІІ в Україну із Франції, Латвії та Греції. Найбільшого падіння обсягу європейських інвестицій національна економіка відчула у 2015 р. Більш того, у 2016 і 2017 рр. він продовжував зменшуватися. На нашу думку, на це вплинуло, в першу чергу, погіршення інвестиційного клімату через воєнні дії на Сході країни. Тому підвищення рівня інвестиційної привабливості є ефективним важелем соціально-економічних перетворень в країні.

Структура ПІІ з Європи в Україну за видами економічної діяльності станом на кінець 2018 р. представлена на рис. 1.

Так, найбільшим за обсягом видом діяльності для іноземних вкладень з Європи є промисловість (34%), причому лівова частка якої належить переробній промисловості (83 %). На другому місці – оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів (14 %). Не привабливою сферою для європейців є сільське, лісове та рибне господарство (лише 2 % всього обсягу ПІІ).

Проаналізувавши обсяги ПІІ з країн ЄС в економіку України, можна стверджувати, що найбільшим бенефіціаром є м. Київ. Лівова частка всіх інвестицій з ЄС йдуть на розвиток столиці України. На другому місці за

привабливістю для інвесторів є Дніпропетровська область з показником в 2,78 млрд. дол. США, на третьому – Київська область (1,45 млрд. дол. США). Найменш привабливою для європейців є Чернівецька область з показником у 37,5 млн. дол. США[4].



Рисунок 1 – Структура ПІІ в економіці України за видами економічної діяльності станом 31.12.18 р. [4]

За допомогою проведеного кореляційного аналізу було підтверджено щільний зв'язок між обсягом ПІІ з країн ЄС та ВВП України у розрахунку на душу населення, а також кількістю зареєстрованих підприємств (табл. 1).

За нашими підрахунками коефіцієнт кореляції між обсягом ПІІ з європейських країн та ВВП на душу населення дорівнює 0,8655, що показує доволі тісний прямий зв'язок між цими двома показниками: із збільшенням ПІІ в Україні буде зростати ВВП на душу населення.

Аналогічний безпосередній вплив ПІІ прослідковується на кількість зареєстрованих підприємств в Україні.

Підсумовуючи результати аналізу, можна стверджувати, що сьогодні Україна перебуває на тому етапі, коли економічна інтеграція до європейської спільноти є неминучою.

Таблиця 1

Дані для кореляційного аналізу впливу ПІІ з країн ЄС на окремі економічні показники України

Роки / Показники	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	К корел.
Обсяги ПІІ станом на кінець року, млн. дол. США	36969,1	39268,9	41132,3	41032,8	29308	24982,8	23425,7	24145,2	24742,7	x
ВВП на душу населення, дол. США	2974,4	3570,8	3856,8	4030,3	3014,6	2115,4	2185,9	2640,3	3095,2	0,8655
Кількість підприємств, одиниць, од.	378810	375695	364935	393327	341001	343440	306369	338256	355877	0,8337

Найбільша за площею європейська країна приваблює західних сусідів дешевою робочою силою, великими запасами природних ресурсів тощо. Тому визначення перспектив соціального та економічного розвитку для України має бути у напрямку зближення з країнами ЄС.

Список використаної літератури

1. Дунська А. Р., Бойко О. В. Прямі іноземні інвестиції як чинник розвитку економіки України. *Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут»*. 2016. № 13. С. 460-466.

2. Прокопчук О. А. Іноземні інвестиції в економіку України: тенденції та перспективи. *Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)*. 2013. № 1(3).

3. Пуларія П. А. Вплив прямих іноземних інвестицій на економічний розвиток України. *Економічний вісник*. 2016. №1. С. 40-47.

4. Статистичний збірник «Співробітництво між Україною та країнами ЄС у 2018 р.» / відпов. за вип. А. Фризоренко. Київ, 2019. 72 с.

Щербак В. В., студент
Науковий керівник: Чвертко Л. А., к. е. н., доцент
Уманський державний педагогічний
університет імені Павла Тичини
ven6267@yahoo.com

НЕДЕРЖАВНЕ ПЕНСІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УКРАЇНІ: ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Демографічна ситуація в нашій країні свідчить про поглиблення процесу старіння населення. Зростання частки літніх і старих людей у загальній кількості населення обумовлює зростання пенсійних витрат та підвищує фінансове навантаження на працююче населення. В цих умовах надзвичайної актуальності набуває проблема пенсійного забезпечення громадян та необхідність пошуку ефективних і перспективних шляхів подолання труднощів, що виникають у зв'язку з цим.

Через старіння населення та зростаючу фінансову нестійкість солідарних пенсійних систем країни змушені змінювати параметри своїх пенсійних програм, запроваджуючи схеми обов'язкових базових виплат, підвищуючи законодавчо встановлений вік виходу на пенсію, скорочуючи стимули і вигоди більш раннього виходу на пенсію, доповнюючи їх системами обов'язкових та добровільних пенсійних накопичень [4, с. 137].

Для ефективного функціонування солідарної пенсійної системи, як відомо, пенсії повинні становити близько 60-80% від заробітної плати. Проте навіть у державах зі сформованою ринковою економікою ці показники часто не досягають зазначеного рівня. В Україні ж пенсії складають менше 40% від заробітної плати. Бюджет Пенсійного фонду України щороку стає більш дефіцитним і, попри те, що в державі розробляються додаткові заходи

реформування пенсійної системи: поступово підвищують пенсійний вік, збільшують мінімальний страховий стаж, а також створюють і впроваджують обмеження для певних категорій пенсіонерів, наразі суттєвого поліпшення ситуації немає.

Солідарна та накопичувальна системи пенсійного страхування не можуть вирішити всі соціально-економічні проблеми, пов'язані з пенсійним забезпеченням громадян. Позитивні результати реформування пенсійної системи значною мірою визначаються динамічним розвитком недержавного пенсійного забезпечення(НПЗ), формуванням умов ефективного функціонування всіх його елементів.

Згідно з чинним законодавством, система недержавного пенсійного забезпечення, являє собою третій рівень вітчизняної системи пенсійного забезпечення. Вона базується на засадах добровільної участі громадян, роботодавців та їх об'єднань у формуванні пенсійних накопичень з метою отримання громадянами пенсійних виплат на умовах та в порядку, передбачених законодавством про недержавне пенсійне забезпечення» [2]. Послуги на цьому рівні пенсійної системи можуть надаватися страховими організаціями, що здійснюють страхування життя, недержавними пенсійними фондами, а також банківськими установами, що мають можливість відкриття пенсійних депозитних рахунків.

Зазначені фінансові інститути, акумулюючи грошові кошти учасників у вигляді пенсійних внесків і, примножуючи їх через інвестування у фінансові інструменти, є важливими інституційними інвесторами[5, с. 202]. Однак функціонування кожного з них має свої переваги й недоліки. Зокрема, вплив фінансової кризи для недержавних пенсійних фондів та страхових компаній є менш помітним, тоді як на роботу банків вони впливають дуже негативно. Перевагою діяльності страховиків у цій сфері є те, що на відміну від банків та недержавних пенсійних фондів, вони можуть гарантувати населенню ще й страховий захист.

Водночас оцінка показників діяльності суб'єктів НПЗ в Україні, дозволяє стверджувати про їхню низьку ефективність. Недержавне пенсійне забезпечення не стало повноцінною складовою пенсійної системи, оскільки до участі в НПЗ нині залучено лише приблизно 5% працездатного населення. Впродовж 2014-2018 рр. номінальна чиста середньорічна дохідність по системі становила 9,6%, натомість реальна, з поправкою на інфляцію, мала від'ємне значення, і дорівнювала 8,1% [1].

На розвиток недержавного пенсійного забезпечення в Україні впливає низка перешкод, до яких належать: низький рівень довіри населення до цього сектору фінансового ринку; недосконалість нормативно-правової бази у цій сфері; невирішеність завдань щодо оподаткування, а також надання податкових пільг у системі НПЗ; відсутність інтересу роботодавців в оплаті недержавних пенсійних програм для працівників; низький рівень фінансових можливостей населення, щоб ставати учасниками цих програм тощо. Вищезазначені причини недостатнього розвитку системи НПЗ ускладнюються несприятливою макроекономічною ситуацією, відсутністю розвинених ринків капіталу та надійних фінансових інструментів.

На думку дослідників, розв'язати проблему дозволить зміна нинішніх моделі організації діяльності, системи управління і умов функціонування суб'єктів недержавного пенсійного забезпечення. Одночасно зі стабілізацією фінансово-економічної системи України та підвищенням рівня добробуту, найважливішим джерелом якого має стати зростання заробітної плати, це сприятиме успішному розвитку системі накопичувального пенсійного забезпечення.

Отже, в нинішніх умовах низька ефективність системи загальнообов'язкового державного пенсійного страхування обумовлює потребу розвитку системи недержавного пенсійного забезпечення, спроможної сформувати пенсійні накопичення та генерувати позитивний довгостроковий інвестиційний дохід.

Список використаної літератури

1. Зубик Сергій. Что не так с негосударственными пенсионными фондами? [Електронний ресурс] // ZN №1270, 23 листопада – 29 листопад. – Режим доступу до ресурсу: https://dt.ua/finances/scho-ne-tak-iz-nederzhavnimi-pensiynimi-fondami-330608_.html
2. «Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування»[Електронний ресурс] // Верховна Рада України; Закон від 09.07.2003 № 1058-IV.– Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1058-15>.
3. «Про недержавне пенсійне забезпечення»[Електронний ресурс] // Верховна Рада України; Закон від 09.07.2003 № 1057-IV.– Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1057-15>.
4. Чвертко Л.А. Старіння населення як чинник соціально-економічних реформ в Україні/Л.А.Чвертко //Україна в євроінтеграційних процесах : збірник матеріалів науково-практичної конференції / за ред. Н.П. Резнік. – К. : КиМУ, 2014. –С. 136-138.
5. Melnychuk Yu. M. Analysis of the factors influencing the market of insurance services in life insurance /Melnychuk Yu. M., Chvertko L. A., Korniienko T. A., Vinnytska O. A., Garmatiuk O. V. // TEM Journal. –2019. –Vol. 8, Is. 1.–P. 201-206.

СЕКЦІЯ 4**МЕТОДИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ ТА УПРАВЛІННЯ
ПІДПРИЄМСТВАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Kapusta Y., student
Byelozertsev V., PhD, associate Prof.
Oles Honchar Dnipro National University
elisheba125@gmail.com

**ORGANIZATION OF ACCOUNTING IN THE ENTERPRISE
MANAGEMENT SYSTEM**

The organization is one of the general, independent functions of managing the enterprise and its activities. This management function should be effectively used not only in the general management system of an economic entity but also in the management of functional departments of the enterprise, including accounting.

In the generalized concept of «organization of activity», this is a management function, an objectively necessary type of management activity that expresses the direction or stage of the economic impact on the relationship of people in the process of their activity.

A study of the theoretical and methodological foundations and practice of accounting in the management system showed the following methodological, organizational, methodological and technical flaws associated with the organization of its process in manufacturing enterprises:

- scientific development of theoretical, methodological and organizational-practical bases of accounting in the management of the whole and business units during transformational economy is insufficient. The lack of a systematic solution to these problems, the isolation of the practical functioning of accounting from the specific goals and objectives of the enterprise, its weak flexibility, adaptability to rapid changes in the conditions of the internal and external environment of the

transformational economy does not allow us to fully create a reliable system of operational, tactical and strategic management of production organizations [1];

- the lack of organization of the unity of functioning of the form and content of accounting is the main reason for the weak development of its methodology and practice, as well as a consequence of the inefficient provision of information to the management system of production organizations;

- in many cases, the practice of accounting does not take into account scientific justification, but trial and error methods. This is due to the fact that business entities have not developed methodological and practical projects for accounting for operations of economic processes, and there is also a weak undefined use of information about them. In addition, many organizations have not developed: plans for organizing the management of production processes; clearly organizational systems of planning, forecasting, accounting, control, etc.; plans or schedules for the distribution of work, responsibilities between accounting personnel and the sequence of managerial work they perform;

- old methods of reflection of problem-solving operations are allowed in accounting and management, which is associated with a lack of knowledge and qualifications of accountants and managers of enterprises. Thus, the accounting and management services of organizations do not fully fulfill their direct functional duties.

In addition, the lack of scientifically based organizational, technical and other mechanisms makes accounting in management not a system, but an element of solving individual current issues. In practice, the conditions, factors, and criteria of the scientific organization of the accounting system, labor, and its payment are not clearly defined, undefined the staff of managers, as well as departments of management services, their structure, etc.

All these shortcomings lead to the fact that accounting in the management of production organizations is poorly carried out, and its development, both in methodological and practical terms, is degrading. Therefore, in modern market conditions, there is an objective need to develop theoretical principles and practical

aspects of the scientific organization of the accounting system in the management of industrial economic entities.

Moreover, the organization of accounting in the management system involves:

- understanding and use of fundamental principles, accounting methods;
- compliance with all requirements for it in modern conditions;
- a fairly complete application of scientific methods and accounting techniques

for the implementation of the prescribed functions and the solution of the tasks assigned to it in the management information support;

- a skillful selection of the necessary forms and methods of reference undefined accounting, so as not to lose sight of either the substantive or the formal side of its organization;

- improving the form (structural relationships, the composition of elements) as a way of organizing the contents of accounting [2].

When organizing accounting in the production management system, one should take into account the level of professional training of personnel of the accounting apparatus, be able to select and employ highly qualified specialists.

At this stage of the organization, it is necessary to develop and implement the optimal functional structure of accounting, its apparatus.

In this case, one should take into account the legal form, organizational structure and management structure of an economic entity, its types of activities, the degree of centralization and decentralization of management, the form of organization of structural units, production, labor and its undefined payment, etc. [3].

When organizing accounting in the management system, it is important to correctly establish the sequence of including in the accounting process the interrelated stages of the organization. It is important to rely on organizational principles, on legislative, regulatory and methodological materials.

It is necessary to take into account or establish the most rational relationship between all structural and functional units with the accounting apparatus, as well as determine the necessary volume and nature of the formation of the necessary information for an effective production management system.

Thus, the organization of accounting in management is a complex process of interrelated stages that can be grouped into substantive-structural. Moreover, the organization plays a significant role not only in the management of business processes but also in other management functions, including accounting. And ultimately development and effective implementation undefined the specified management functions, including the functions «organization of activity» and «accounting», the improvement and effectiveness of the production management system and the economic and financial results of organizations production [4].

References

1. Alborov R.A. Development concept and accounting methodology in agriculture. M.: Economics of agricultural and processing enterprises, 2013. p.230.
2. Selezneva I.P. Actual problems of the practical implementation of the principles and norms of accounting legislation in the modernization of the economy / I.P. Selezneva I.A. Selezneva, E.A. Shlyapnikova // Economics and Management. 2011. No. 1. p. 159-162.
3. Zlobina O.O. Criteria and indicators of control and analysis of economic efficiency in agricultural production management / O.O.Zlobina, I.R. Vaniev, N.V. Kudryavtseva // Science of Udmurtia. 2016. No. 1. p. 174-188.
4. Kontseva G.R. Organization of management accounting and control of agricultural production / G.R. Kontsevoy, O.O. Zlobin, I.A. Mukhina // International Accounting. 2015. No. 37. p.16-32.

*Khomyn P., dr. hab., profesor zwyczajny
Kujawsko-Pomorska Szkoła Wyższa, Polska
p.khomyn@gmail.com*

AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH – ŹRÓDŁO REPRODUKCJI?

Analiza dedukcyjna doprowadziła do wniosku, że korzeń zarysowanego problemu w diametralnie przeciwnej interpretacji źródła słowa amortyzacja, która w

obecnej naukowo-edukacyjnej literaturze rachunkowej jest podana jako fraza „a – zaprzeczenie, mor – śmierć”, czyli odmowa śmierci. Tak więc łacińskiego pochodzenia definicja „amortisatio” (amortyzacja) musiało zostać uznane za proces akumulacji środków finansowych.

Oczywiste jest, że definicja, w której zainwestowano treść procesu utraty wartości przedmiotów, nie mogła odpowiadać amorowi lub rzeczownikowi amortyzacji w ich obecnym znaczeniu, ale była interpretowana wyłącznie jako spłata, czyli odzwierciedlenie tej straty w rachunku, która później – w XIX wieku – została przeprowadzona prosto i logicznie jasne: «Debet konta zysków – kredyt konta Inwentarz», biorąc pod uwagę, że kwota ta nie jest opodatkowana podatkiem dochodowym w ten sposób zachęcając do inwestycji kapitałowych.

Zamiast tego, obecna komórkowe „rozwiązanie» wspólnotow narodowej „metodologii» ten problem przez eklektyczne połączenie antypodychnych definicji w jednym koncie syntetycznych i zmienow mimo wszystkich reguł algebraicznych znak minus do plus zapobiega nie tylko całkowitą skreśleniem pierwszego i drugiego, ale oraz kontrola nad tworzeniem źródeł zarówno prostego, jak i rozszerzonego odtwarzania środków trwałych.

Dlatego nie można przyjąć, że wynikiem „silnych amerykańsko-brytyjskich wpływów w naszej księgowości myśli i praktyki» „było» wyeliminowanie powielania (umorzenia i amortyzacji), jak mówią, „przechowywane tylko amortyzacja ktura jest nazywana umorzeniem» [1, s. 317], bo rzeczywiście wszystko pozostaje się starym i to duplikowanie trwa.

Tak więc, pomimo nierozwiązanej różnicy metodologicznej w księgowości między amortyzacją i umorzeniem środków trwałych, gdyż z jednej strony amortyzacja – jest to ponoć koszt przedsiębiorstw, które są odliczane od dochodu ze sprzedaży produktów, a z drugiej strony – część zysku, która nie podlega opodatkowaniu, ponieważ przeznaczona jest do prostej reprodukcji środków trwałych.

W rzeczywistości jako pierwsza, tak i druga definicja są błędne, ponieważ amortyzacja stanowi rezerwę utworzoną w celu zastąpienia zużytych środków

trwałych lub uważa się, że jest ona źródłem ich zwykłej reprodukcji. Umorzenie że jest «utrata środków trwałąmi częściami cech konsumenckich». Co więcej, mimo że jest ono «ceniony pod względem wartości», odzwierciedla jednak tylko zamiar zgadywać jej udział utracony w narzędziach pracy.

Jest to tym bardziej niestosowne w stosunku do identyfikacji tych kategorii, bo rzeczywista finansowania reprodukcji zużytych środków trwałych nie jest możliwe na podstawie szacunkowej utraty ich cech konsumpcyjnych. Jak również stwierdzenie, że wartość rezydualna środków trwałych może być zdefiniowana jako różnica między ich kosztem oraz kwotą obliczonej amortyzacji, ponieważ zależność rzeczywistej wartości rezydualnej obiektów od normy ostatniego obliczenia jest raczej wątpliwa. W przeciwnym razie będziemy musieli przyznać, że stosowanie różnych sposobów obliczania amortyzacji środków trwałych umożliwia wpływ na czas ich eksploatacji.

Oczywiście, z perspektywy czasu trudno jest zgodzić się z byłego rozumienia istoty amortyzacji jako umorzenia środków trwałych, ponieważ wszystkich obecnych teoretyków tendencją odwrócony do góry nogami, jeśli to otrzymuje od minus do plus, uznania jej powstania. Jednak wpływ dogmatyzmu zbyt silny, więc mamy ten sam błąd co ponad stu lat temu. Pierwszy jest taki, że próba połączenia umorzenia i amortyzacji wygląda bimetalową płytkę zabezpieczającą żelazo przed korozją przyspawaną do niego stali nierdzewnej.

Po drugie, mimo powtórzenia w nazwach kont terminologii „amortyzacji», z których każdy jest nie używane w tym sensie, że pasuje do charakteru obiektów, które są rejestrowane. W wyniku następnie rozliczane jako umorzenia kapitału uparcie trzymając się fałszywym przekonaniu, że kwota ta jest prawdziwym źródłem reprodukcji środków trwałych.

Na konto powinny zostać usunięte definicja amortyzacji, ponieważ wraz z umorzeniem to nonsens. W ogóle, amortyzacja środków trwałych w obecnych warunkach jest przejawem atawizmu, ponieważ nie ma praktycznej wartości tych żmudnych procedur w dzisiejszych czasach. Spisane też nikt nie jest prowadzony

przez zarejestrowanych skrupulatnie miesięcznych szacunków amortyzacji środka trwałego, i zawsze wychodzić od ich kondycji fizycznej.

Więc nic dziwnego, że wirtualność tego podejścia nie pozwolił Marksowi na „zbadanie szczegółowo cały proces zapisów księgowych oraz wzmocnić odniesienia do niego jego teoretycznych wniosków dotyczących «zwrotu kosztów przeszłej pracy, który został umieszczony w środkach produkcji», «pomimo pomocy F. Engelsa, który był właścicielem fabryki bawełny i dobrze znał praktykę rachunkowości» [2, s. 307].

Bo nawet jeśli ostatnie stwierdzenie jest prawdziwe, to aby połączyć abstrakcyjny proces w ogóle «zwrot wartości pracy, która została zawarte w środkach produkcji» z powtarzające się przypomnieniem Engelsu: „Ty jako producent, trzeba wiedzieć, co robisz z pieniędzmi, które pochodzi uaktualnić kapitał ... I trzeba odpowiedzieć mi na to pytanie (żadna teoria czysto praktyczne)» [2, s. 307], to nie wystarczyło dla usunięcia starożytnego pochodzenia jednego z błędów w teorii rachunkowości. Podkreślono, co on zapobiega tworzeniu wiarygodnej informacji o nakładzie kapitału ze względu na błędne przekonanie, że amortyzacja jest prawdziwym źródłem reprodukcji środków trwałych, podczas gdy w rzeczywistości jest to fundusz wirtualne. Jednak bez pewności czy nasze argumenty są przekonujące, badanie tego problemu innymi naukowcy jest obiecujące.

Wykaz używanej literatury

1. Sokołow Ya. V. Osnovy teorii rachunkowości. M.: Finansy i statystyka, 2000. 496 s.
2. Tsyhankov K. Yu. Zakresy teorii rachunkowości. M.: Magistr, 2007. 462 s.

*Бахуринський В.С.
аспірант,
ВНЗ «Національна академія управління»
Науковий керівник: Шевчук В.Я., д.е.н., професор
ВНЗ «Національна академія управління»
minjust.def@gmail.com*

ПОДАТКОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ЧАСТИНА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Будь-який суб'єкт господарювання, за винятком неприбуткових, розпочинає свою діяльність із метою отримання прибутку. А тому, окрім питання, як отримати дохід від діяльності, постає й інше: як скоротити витрати, до яких належать і податки, вагоме місце серед котрих відводиться податку на додану вартість. [1]

Звісно, кожен сумлінний суб'єкт підприємницької діяльності бажає зменшити податкове навантаження винятково у законний спосіб. Наразі підприємства у своїй діяльності, застосовують разові спроби у сфері податкового планування. Однак така непостійність та нерегулярність знижує ефективність результатів їх діяльності.

Новітні умови господарювання вимагають від підприємств впровадження комплексної системи податкового планування. Сучасні підприємства, які орієнтуються на довготривалу діяльність та позитивний імідж, усе частіше обирають використання дозволених законом можливостей зменшення податкового навантаження, а саме — податкове планування. [1]

У сучасних умовах господарювання істотно зростає роль податкового планування через те, що в період кризи загострюється проблема нестачі вільних оборотних активів на підприємствах, відповідно, легальні шляхи мінімізації податкових платежів можуть спричинити часткове вирішення зазначеної вище проблеми.

Тому, податкове планування — це цілеспрямована діяльність підприємства, орієнтована на максимальне використання всіх можливостей

чинного законодавства з метою досягнення найвищого фінансового результату шляхом законної оптимізації господарської діяльності підприємств з точки зору її податкових наслідків. [1]

Як бачимо з вищенаведеного податкове планування включає цільовий, інформаційний, організаційний та функціональний блоки, що дає змогу об'єднати ряд взаємопов'язаних компонентів та передбачає моніторинг виконання податкових планів і оперативної зміни розроблених заходів. Основним структуроутворюючим чинником для забезпечення позитивної підприємницької діяльності є оптимальний рівень податкового навантаження. Однак тут підприємство стикається з бажанням зменшити податковий тиск на свою діяльність, а держава навпаки прагне мобілізувати щонайбільшу суму коштів до бюджету.

Обидві сторони відіграють специфічні ролі у здійсненні податкового планування. Роль держави полягає у створенні таких умов, які б виключали випадки ухилення чи уникнення, від сплати податків. Підприємствам відводиться функція надання достовірної та правдивої інформації про фінансові результати від власної підприємницької діяльності до відповідних органів.

Окреме важливе питання – це оцінка податкового навантаження на підприємство. За дослідженнями, що проведені Т.Черкас та І. Долженко аналіз абсолютного податкового тиску охоплює:

- просторовий аналіз податків і зборів;
- часовий аналіз податків і зборів, які сплачуються;
- аналіз динаміки і структури податкових платежів. [4, с.492]

Проте розрахунок податкового тиску на підприємство не зможе дати повне розуміння про рівень впливу податків і зборів на результативність діяльності. Тому дослідники паралельно з показниками податкового тиску рекомендують розраховувати також показники відносного податкового тиску.

Полегшити навантаження зі сплати ПДВ можна, оптимізувавши його, тобто здійснити організаційні заходи в межах чинного законодавства, пов'язані з

вибором часу, місця та видів діяльності, створенням і супроводом найефективніших схем і договірних взаємин. [1]

Отже, податкове планування — процес творчий, який потребує індивідуального підходу.

Список використаної літератури

1. Бахуринський В. Сплачуємо ПДВ розумно!// В. Бахуринський/ ФДК Фінансовий директор компанії. – 2018. – №2. – 63-65.

2. Оліховська М. В., Лелик Л. І., Оліховський В. Я. Менеджмент організацій : навч. посіб. Львів : ТОВ «Ліга–Прес», 2018. 392 с.

3. Супруненко С.А. Податкове планування як засіб гармонізації взаємовідносин держави та суб'єктів господарювання. Економічний аналіз : Збірник наук. праць. 2013. Т. 13. С. 194–200.

4. Ткачик Л.П. Методика проведення податкового аналізу суб'єктами підприємництва. Потенціал стійкого розвитку та фінансова безпека соціально-економічних систем : матеріали I Всеукр. наук.-практ. конф. (сmt Гурзуф, 17-18 жовт. 2013 р.). Сімферополь, 2013. С. 81–84.

5. Черкас Т.С., Долженко І.І. Податкове планування як складова системи фінансового управління підприємства/ Young Scientist» • № 9 (73) • September, 2019. – с. 491- 495

*Бенько Н. М., аспірант,
ВНЗ «Національна академія управління»
Науковий керівник: Штулер І. Ю., д.е.н., професор
ВНЗ «Національна академія управління»
Shkirka2002@ukr.net*

АКТУАЛІЗАЦІЯ ПИТАНЬ ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Для сучасної економіки України характерною є актуалізація демографічного фактору, що обумовлена об'єктивними змінами в економічному розвитку суспільства. На тлі скорочення чисельності економічно

активного населення, викликаного «демографічною ямою» і впливом його за кордон вирішення цього завдання багато в чому обумовлено успішністю освоєння передових управлінських технологій, в яких базове місце відводиться «людському чиннику».

За даними Державної служби статистики України протягом 2017-2018 років найбільша зайнятість була у таких галузях та сферах економічної діяльності як: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів; сільське, лісове та рибне господарство; промисловість.[3]

Таблиця 1

Зайняте населення за видами економічної діяльності (тис. осіб)

Види економічної діяльності (КВЕД – 2010)	2017	2018	приріст
Усього зайнято	16156,4	16360,9	204,5
Сільське, лісове та рибне господарство	2860,7	2937,6	76,9
Промисловість	2440,6	2426	-14,6
Будівництво	644,3	665,3	21
Оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів	3525,8	3654,7	128,9
Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	991,6	995,1	3,5
Тимчасове розміщування й організація харчування	276,3	283	6,7
Інформація та телекомунікації	274,1	280,3	6,2
Фінансова та страхова діяльність	215,9	214	-1,9
Операції з нерухомим майном	252,3	259,4	7,1
Професійна, наукова та технічна діяльність	415,8	437,9	22,1
Діяльність у сфері адміністративного та допоміжного обслуговування	297,9	304,3	6,4
Державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування	979,7	939,3	-40,4
Освіта	1423,4	1416,5	-6,9
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	1013,6	995,4	-18,2
Мистецтво, спорт, розваги та відпочинок	199,8	196,9	-2,9
Інші види економічної діяльності	344,6	355,2	10,6

Джерело: Дані Державної служби статистики України

Аналізуючи дані таблиці 1. отримуємо висновок, що в 2018 році відбулося зростання кількості економічно активного населення на 204,5 тис. осіб. Трійку найбільш «престижних» галузей за приростом зайнятого населення

склали такі галузях та сферах економічної діяльності як: оптова та роздрібна торгівля; ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (+128,9 тис. осіб); сільське, лісове та рибне господарство (+76,9 тис. осіб); професійна, наукова та технічна діяльність (+22,1 тис. осіб). В той час зниження кількості працюючих відбулося в таких галузях як: державне управління й оборона; обов'язкове соціальне страхування (-40, 4 тис. осіб); охорона здоров'я та надання соціальної допомоги (-18, 2 тис. осіб); промисловість(-14, 6 тис. осіб).

Питання демографії та зайнятості тісно пов'язані та є витокami таких понять як: людський розвиток, людський потенціал, трудовий потенціал. Сьогодні темпи нарощування людського та трудового потенціалу в Україні відстають від запитів часу. Проте саме від їх успішного розвитку залежить національна економіка, в тому числі і від рівня забезпеченості якісним і адаптованим до сучасних умов трудовим потенціалом. [4]

Якість людського потенціалу залежить від певних інтелектуальних, творчих та інших здібностей, знань і навичок людини. Якість трудового потенціалу в значній мірі забезпечується системою управління трудовим потенціалом – тою первинною ланкою, яка охоплює процеси його формування, розвитку і використання на макрорівні. [1]

Отже, управління людським розвитком, людським потенціалом, трудовим потенціалом представляє собою інструмент, який здатний привести як до позитивного, так і негативного соціально-економічного ефекту. Завданням державного управління є досягнення позитивного соціально-економічного ефекту.

Список використаної літератури

1. Жураковська І.В. Результати інтелектуальної діяльності як ресурси, активи, власність та капітал підприємства: обліковий аспект / І.В. Жураковська // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2009. - № 647. – С. 331-336.

2. Дерун І. А. Проблеми оцінювання інтелектуального капіталу та його відображення у фінансовій звітності [Текст] / І. А. Дерун // Актуальні проблеми

економіки. — 2013. — № 6 (144). — С. 103–113.

3. Державна служба статистики України -

http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2014/rp/zn_ed/zn_ed_u/zn_ed_2013_u.htm

4. Євсєєв А. Методологічні аспекти оцінки вартості інтелектуального капіталу [Текст] / А. Євсєєв // Економіка промисловості. — 2012. — № 3–4 (59–60). — С. 336–345.

*Білорус Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
t_bilorus@ukr.net*

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМИ РИЗИКАМИ, ПОВ'ЯЗАНИМИ ІЗ ЗАДОВОЛЕННЯМ ПОТРЕБИ У ПЕРСОНАЛІ

Діяльність сучасних організацій в умовах турбулентного конкурентного середовища з високим рівнем невизначеності підвищує вимоги до здатності менеджерів реагувати на ризики. Центральне місце у структурі ризиків займають ризики, пов'язані з персоналом.

У науковій літературі існує ціла низка досліджень різних авторів щодо сутності та класифікації кадрових ризиків. Існування різних підходів до визначення сутності, класифікації кадрових ризиків, ризикоутворюючих факторів, наслідків ризиків, методів управління ними підтверджує, що кадровий ризик є досить складною управлінською категорією.

Керівники багатьох компаній вважають, що кадрові ризики носять в основному випадковий, тимчасовий характер та обумовлені незначними помилками і певними прорахунками в управлінні персоналом, тому немає необхідності звертати на них увагу. Така позиція є хибною, оскільки саме кадрові ризики є наслідком недостатньо ефективної роботи з управління

персоналом і причиною всіх інших видів ризиків в організації. Це в свою чергу призводить до необхідності досліджувати та аналізувати причини, фактори, показники виникнення кадрових ризиків в організації, розробки та застосування методів управління і мінімізації кадрових ризиків.

В межах нашого дослідження ми хочемо акцентувати увагу на кадрових ризиків, пов'язаних із задоволенням потреби у персоналі. Саме уникнення ризиків на етапі набору та відбору персоналу дозволить компанії у майбутньому уникнути більшості ризиків.

Більшість науковців, формуючи класифікацію кадрових ризиків за функціональними сферами управління персоналом вирізняють у ній ризики, пов'язані з відбором на набором кадрів [2, 3].

Проведений у дослідженні ризико-орієнтований аналіз кадрових технологій дозволяє виокремити цілу низку проблем у підборі персоналу: нечіткість формулювання параметрів, за якими буде проводитися аналіз кандидатів на вакантну посаду; відсутність у процедурі відбору процесів вивчення «передісторії» кандидатів (місце його роботи, причин звільнення, рекомендаційних листів); складності юридичного характеру (тести, що використовуються під час відбору, часом ведуть до судових позовів з дискримінації і незаконність використання отриманих результатів при проведенні відбору); висока тривалість процедури відбору; низька кваліфікація менеджерів з підбору персоналу; розведеність менеджерів, як проводять тестування та співбесіду з тими, хто приймає остаточне рішення про прийом на роботу; висока завантаженість менеджерів з підбору персоналу; недосконале складання трудових контрактів.

Для первинної оцінки можна використовувати карту ризиків, яка будується на основі експертних шкал.

Карта ризику - графічний і текстовий опис обмеженого числа ризиків організації, розташованих в прямокутній таблиці, по одній «осі» якої вказана сила впливу або значимість ризику, а по іншій - ймовірність або частота його виникнення. На карті встановлюється критична межа терпимості до ризику,

змінюється залежно від ставлення організації до ризику. Така класифікація спрощує процес встановлення пріоритетів, демонструючи позицію кожного виду ризику щодо інших [1].

Як було зазначено раніше для первинної оцінки кадрових ризиків використовують карту ризиків, яка будується на основі експертних шкал. Групі експертів було запропоновано визначити силу впливу кадрового ризику та ймовірність його настання. З метою оцінювання значення показників експертам було запропоновано виставити оцінку в межах від нуля до одиниці, де нулю відповідає найменше значення, а одиниці – найбільше. Результати проведено дослідження представлено в табл. 1.

Таблиця 1

Зважена експертна оцінка кадрових ризиків підсистеми підбору та відбору персоналу*

№	Вид ризику	Сила впливу	Ймовірність
	Ризик підбору персоналу недостатньої кваліфікації	0,65	0,54
	Ризик невикористання всіх компетенцій нового працівника	0,72	0,27
	Ризик наймання неблагонадійного персоналу	0,53	0,76
	Ризик затягування процедури відбору	0,37	0,22
	Ризик швидкого звільнення нового працівника	0,58	0,23
	Ризик погіршення соціально-психологічного клімату у колективі, пов'язаний із появою нового працівника	0,67	0,53
	Ризик нелояльності нового працівника до компанії	0,82	0,55
	Репутаційний ризик, пов'язаний із негативними відгуками від кандидатів, що не пройшли процедуру відбору	0,87	0,65

* складено автором

На основі отриманих даних була побудована карта ризиків, що найчастіше виникають під час підбору та відбору персоналу (рис. 1).

Відповідно до отриманих результатів, з точки зору сили впливу ризику та ймовірності його виникнення, найбільш значущими для організації в сучасних умовах функціонування є: ризик отримання неблагонадійного персоналу; ризик нелояльності нового працівника до компанії; репутаційний ризик; ризик

підбору персоналу недостатньої кваліфікації; ризик погіршення соціально-психологічного клімату.

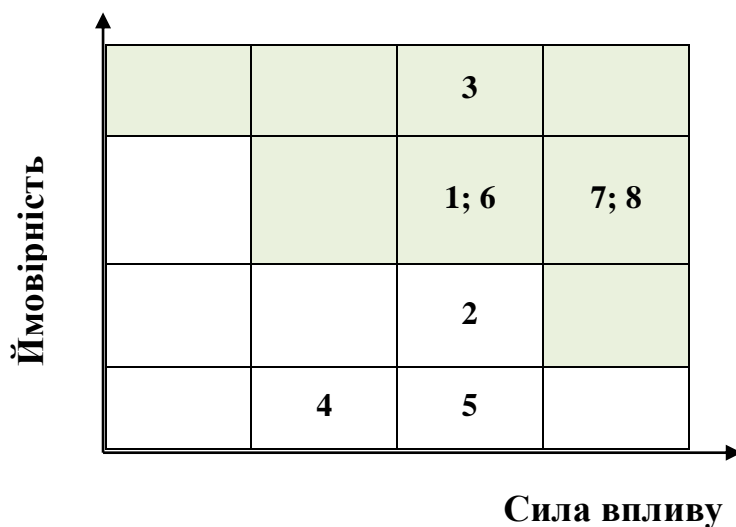


Рисунок 1 – Карта кадрових ризиків підсистеми підбору та відбору персоналу*

* складено автором

Заходи щодо попередження настання кадрового ризику повинні бути направлені на ті ризики, які за результатами побудови карти кадрових ризиків знаходяться над межею терпимості до ризику. Орієнтовна програма заходів по попередженню настання кадрових ризиків представлена в табл. 2.

Таблиця 2.

Програма запобігання кадрових ризиків під час підбору та відбору персоналу за результатами карти ризику*

Кадрові ризики	Заходи запобігання кадровими ризикам
1	2
Ризик наймання неблагонадійного персоналу	введення у процедуру відбору процесів вивчення «передісторії» кандидатів (місце його роботи, причин звільнення, рекомендаційних листів). Такі дослідження іноді розкривають досить непристойні факти. Цю процедуру можна замінити включивши в анкету, яку заповнюють кандидати, питань, що дозволяють виявити основні напрями ризиків, які можуть виникнути в зв'язку з прийомом його на роботу (так звана «жорстка анкета»). Доцільно доповнити загальні умови такими заходами, як особисте поручительство працівників.
Ризик нелояльності нового працівника до компанії	Проведення анкетувань на виявлення причин незадоволення (нелояльності) нових працівників до роботи в компанії. Формування дієвого внутрішнього бренду роботодавця, що дасть можливість новому працівникові задовільними його потреби та виправдіти очікування.

Продовження таблиці 2

1	2
Репутаційний ризик, пов'язаний із негативними відгуками від кандидатів, що не пройшли процедуру відбору	Формування стійкого бренду роботодавця, який буде нівелювати всі чутки. Поведінка працівників компанії, які безпосередньо спілкуються з кандидатами на вакантну посаду має бути максимально коректною. Обов'язково має бути присутній зворотній зв'язок з кандидатами та коректне пояснення їм причин відмови у працевлаштуванні. Бесіди з кандидатами, яким відмовили, спрямовані на зниження рівня образи, обурення та інших негативних емоцій.
Ризик підбору персоналу недостатньої кваліфікації	Співставлення можливостей кандидатів та потреб організації, для встановлення чітких цілей та завдань. Наявність випробувального терміну дозволяє більш точно оцінити особисті і ділові якості співробітника, визначити його придатність до виконання тих задач, які перед ним планується поставити.
Ризик погіршення соціально-психологічного клімату у колективі, пов'язаний із появою нового працівника	Нагляд за відносинами в колективі, за діяльністю колективу та особливо нових працівників, чітка регламентація відносин, сприяння згуртованості колективу, підвищення прихильності персоналу один до одного. Створення сприятливої соціально-психологічної атмосфери в колективі. Мотиваційні бесіди, допомога новому співробітнику, закріплення «куратора» для нового співробітника, який допоможе йому освоїтися.

*складено автором

Також говорячи про ефективне управління кадровими ризиками необхідно розглядати варіант перетворення їх на можливості.

Так, наприклад, за результатами попереднього опитування було визначено, що найбільш ймовірнішим та досить впливовим є ризик наймання неблагонадійного персоналу. Можливе перетворення такого ризику на можливості для компанії продемонстровано на рис. 2.

Не для всіх видів кадрового ризику може бути застосована практика використання кадрового ризику, як можливості для розвитку організації.

Враховуючи специфіку діяльності різних компаній, не всі види кадрових ризиків можна використовувати як можливості, адже ризик може бути невиправданим, чи його не було прогнозовано під час проведення аналізу, тоді ризик може слугувати причиною негативних наслідків для підприємства.

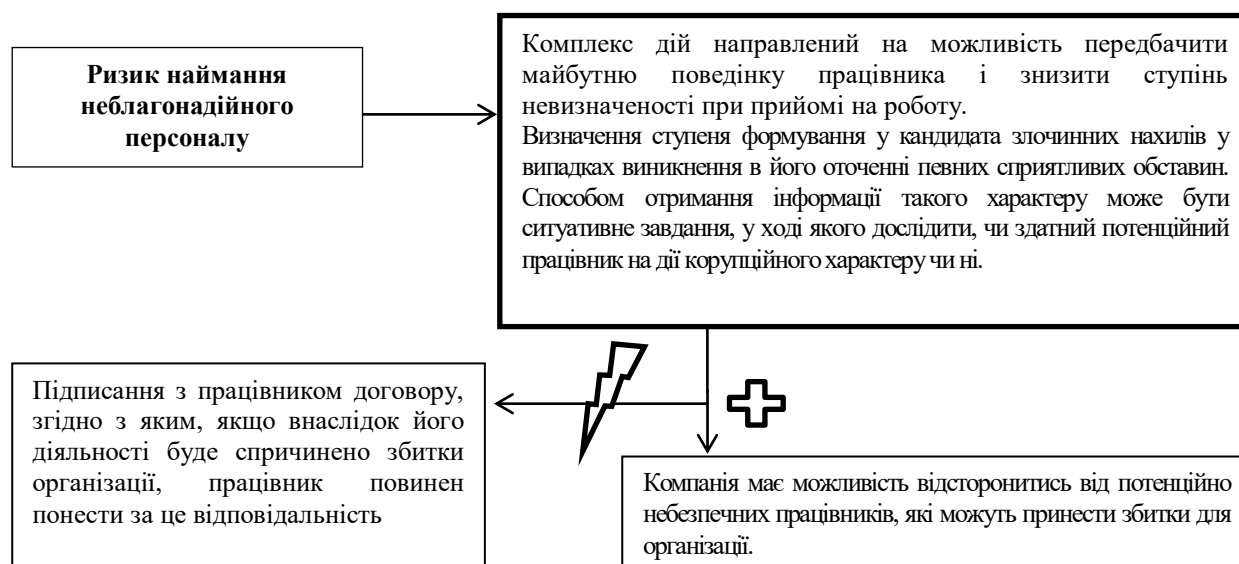


Рисунок 2 – Перетворення ризику наймання неблагонадійного персоналу на можливість для компанії

Для таких видів ризиків необхідно застосовувати дії, які допоможуть мінімізувати негативні наслідки.

Список використаних джерел

1. Величко Я.І. Оцінка кадрових ризиків в системі управління персоналом. Економіка транспортного комплексу. 2018. вип. 32. С. 123-137.
2. Дуднєва Ю.Е., Сотнікова Л.В. Удосконалення управління кадровими ризиками організації. Вісник ХНТУСГ. 2017. № 24. С. 183-190.
3. Дуднєва Ю.Е. Сутність та класифікація кадрових ризиків організацій. Економіка і суспільство. 2017. № 8. С. 245-249.

*Божок Н. О., к.е.н., доцент
кафедри обліку і оподаткування*

*Калініченко А. С., магістрант
Дніпровський національний університет залізничного
транспорту імені академіка В. Лазаряна
bozhoknatalya@gmail.com*

КЛАСИФІКАЦІЯ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЦІЛЕЙ ЕКОНОМІЧНОГО АНАЛІЗУ

Господарська діяльність підприємства складається з трьох основних господарських процесів: постачання, виробництва та реалізації. Спочатку підприємство забезпечується предметами та засобами праці. На наступному етапі в процесі виробництва предмети і засоби праці поєднуються з робочою силою, результатом цього стає випуск готової продукції. Після цього готова продукція реалізується покупцям, що дозволяє отримати грошові кошти, які знову йдуть на забезпечення підприємства предметами та засобами праці. Отже, грошові кошти завжди потрібні підприємству для здійснення господарської діяльності.

Аналіз руху грошових коштів є необхідною умовою ефективного управління грошовими потоками, які забезпечують фінансово-господарську діяльність підприємства. Адже незбалансованість у часі надходжень і виплат грошових засобів може загрожувати нормальному протіканню бізнес-процесів і спричинити неплатоспроможність навіть для тих підприємств, які успішно здійснюють діяльність і генерують достатню суму прибутку [1].

Якість управління фінансами можна оцінити на основі аналізу співвідношення грошових потоків від різних видів діяльності. Аналіз руху грошових коштів за видами діяльності здійснюється за даними форми № 3 «Звіт про рух грошових коштів», де міститься інформація про надходження і вибуття грошових коштів підприємства протягом звітного періоду в результаті операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

Аналіз руху коштів у розрізі окремих видів діяльності підприємства дає можливість оцінити, з яких джерел надійшли ці кошти, які напрями їх використання, чи вистачає власних оборотних коштів підприємства для інвестиційної діяльності, визначити спроможність підприємства розраховуватися за своїми зобов'язаннями, а також чи вистачить одержаного прибутку для забезпечення поточної діяльності підприємства [2].

Під грошовими потоками підприємства розуміють сукупність розподілених у часі (за обсягом і за каналами руху) надходжень і витрат грошових коштів та їх еквівалентів. Поняття «грошовий потік підприємства» є узагальненим, тобто містить велику кількість потоків, що обслуговують господарську діяльність. У процесі аналізу грошові потоки підприємства класифікують за такими ознаками (табл. 1) [3, с. 315].

Таблиця 1

Класифікація грошових потоків підприємства [3, с. 316]

Ознаки класифікації грошових потоків підприємства	Види грошових потоків підприємства
За напрямом руху потоку	Вхідний (додатний) грошовий потік Вихідний (від'ємний) грошовий потік
За видами діяльності	Грошовий потік від операційної діяльності Грошовий потік від інвестиційної діяльності Грошовий потік від фінансової діяльності
За способом визначення розмірів грошового потоку	Загальний (валовий) грошовий потік Чистий грошовий потік Розрахунковий грошовий потік
За черговістю і напрями здійснення платежів	Пріоритетний вихідний грошовий потік Поточний вихідний грошовий потік Дискреційний грошовий потік

За напрямом руху потоку розрізняють [3, с. 316]:

– вхідний (додатний) грошовий потік – характеризує надходження грошових коштів на підприємство від усіх видів господарських операцій;

– вихідний (від'ємний) грошовий потік – відображає виплати грошових коштів підприємством за всіма видами господарських операцій.

За видами діяльності виділяють [3, с. 316]:

- грошовий потік від операційної діяльності;
- грошовий потік від інвестиційної діяльності;
- грошовий потік від фінансової діяльності.

Кожен з цих видів грошових потоків характеризує надходження і виплати грошових коштів, пов'язані з відповідним видом діяльності.

За способом визначення розмірів грошового потоку розрізняють [3, с. 316]:

- загальний (валовий) грошовий потік - вся сукупність надходжень і виплат грошових коштів за період, що аналізується, в розрізі окремих його інтервалів;

- чистий грошовий потік характеризує зміну наявних грошових коштів, їх залишків за період, що аналізується, та визначається як різниця між вхідним (додатним) і вихідним (від'ємним) грошовими потоками (між надходженнями і виплатами грошових коштів) в цьому періоді у розрізі окремих його інтервалів. Чистий грошовий потік є важливим результатом господарської діяльності підприємства, що значною мірою визначає його фінансову стійкість і фінансовий стан загалом;

- розрахунковий чистий грошовий потік – приблизна оцінка фінансового результату діяльності підприємства, що визначається як сума чистого прибутку і амортизаційних відрахувань. Використовується для оцінки ефективності окремих фінансових інструментів інвестування, ефективності реальних інвестиційних проектів тощо.

За черговістю і напрямками здійснення платежів виділяють [3, с. 317]:

- пріоритетний вихідний грошовий потік - обов'язкові грошові виплати, які підприємство має здійснити в першу чергу з метою продовження нормальної діяльності та уникнення фінансових й інших ускладнень. Це, зокрема, сплата податків, процентних та інших виплат, що є пріоритетними щодо інших напрямів використання грошових коштів;

– поточний вихідний грошовий потік – потік, що характеризує обсяги та напрями використання грошових коштів для фінансування поточної господарської діяльності підприємства (крім пріоритетних платежів);

– дискреційний грошовий потік характеризує надходження та виплати грошових коштів на цілі, не пов'язані безпосередньо з поточною господарською діяльністю (надходження коштів від продажу або оренди майна, витрати на придбання об'єктів необоротних активів, фінансові інвестиції, інші надходження і виплати, пов'язані з інвестиційною та фінансовою діяльністю підприємства). Виплати грошових коштів у межах дискреційного грошового потоку не є обов'язковими і за необхідності їх можна перенести на пізніший термін.

Аналіз грошових потоків (аналіз руху грошових коштів) підприємства має на меті дослідити зміни, що відбулися у грошових коштах за звітний період (декілька періодів), виявити рівень достатності формування грошових коштів, ефективність їх використання, збалансованість вхідного і вихідного грошових потоків за обсягом і в часі, розробити заходи з усунення дисбалансу.

Аналіз грошових потоків забезпечує можливості глибшого розуміння сутності фінансових операцій підприємства. За його результатами можна одержати відповідь на запитання: звідки надходять грошові кошти, яка роль кожного їх джерела, з якою метою їх використовують, що є причиною нестачі (дефіциту) чи надлишку грошових коштів.

З рухом грошових коштів тісно пов'язані ліквідність і платоспроможність підприємства, тому аналіз руху грошових коштів значно доповнює методику оцінки ліквідності та платоспроможності і дає можливість реальніше оцінити фінансовий стан підприємства [3, с. 317].

Результати аналізу грошових потоків широко використовують в управлінні обслуговуванням поточних платежів підприємства, у фінансовому плануванні та прогнозуванні. З використанням результатів аналізу вирішуються такі важливі для забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства питання управління грошовими потоками, як:

- синхронізація надходження і виплат грошових коштів у часі і просторі (бюджетування);
- оптимізація розміру коштів у розрахунках;
- оптимізація перехідного залишку грошових коштів на рахунках і в касі підприємства;
- оптимізація рівня самофінансування підприємства.

Грошовий потік як аналітичний інструмент широко використовують для оцінки інвестиційних проектів, для управління витратами та економічним зростанням підприємства.

Інформаційну базу для оцінки грошових потоків підприємства становлять [3, с. 318]:

1. Документи бухгалтерського обліку та звітності, а саме: форма № 3 «Звіт про рух грошових коштів»; форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)»; форма № 2 «Звіт про фінансові результати», оборотні відомості за рахунками, що використовують для обліку руху грошових коштів.

2. Планові розрахунки щодо обсягу грошових коштів за період, що аналізується; план руху грошових коштів; встановлені на рівні підприємства планові нормативи залишків грошових коштів (операційного, страхового, інвестиційного, компенсаційного), які постійно знаходяться у розпорядженні підприємства.

3. Матеріали оперативного обліку операцій, пов'язаних з формуванням або витрачанням коштів протягом періоду, що аналізується.

У світовій та вітчизняній практиці економічного аналізу використовують два методи розрахунку, а відповідно й аналізу потоків грошових коштів [3, с. 318] – прямий і непрямий. Різниця між ними полягає у різній послідовності процедур визначення величини потоку грошових коштів в результаті операційної діяльності, у різному інформаційному забезпеченні розрахунків. Застосування цих методів забезпечує різний рівень повноти і глибини аналітичного дослідження: прямий метод, базуючись безпосередньо на даних бухгалтерського обліку, дає змогу ґрунтовно вивчити всі аспекти руху

грошових коштів, пов'язані з вхідним і вихідним грошовими потоками як загалом для підприємства, так і для різних видів його господарської діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової); непрямий ґрунтується в основному на даних фінансової звітності і зорієнтований переважно на аналіз результативного грошового потоку (чистого руху коштів від окремих видів господарської діяльності).

Список використаної літератури

1. Спільник, І. Грошові потоки підприємства: комплексний аналіз за даними фінансової звітності [Текст] / Ірина Спільник, Ольга Загородна // Інститут бухгалтерського обліку, контроль та аналіз в умовах глобалізації : міжнар. зб. наук. пр. - 2017. - Вип. 1-2. - С. 67-85.

2. Хроленко О. І. Особливості аналізу руху грошових коштів [Текст] / Хроленко О. І., Лободзинська Т. П. // Східна Європа: Економіка, бізнес та управління: електрон. наук. фах. вид., Держ. вищ. навч. закл. «Придніпров. держ. акад. буд-ва та архіт.» - 2017. – вип. 3 – с. 354 – 358.

3. Кіндрацька Г. І. Економічний аналіз: теорія і практика [Текст]: підручник / Кіндрацька Г. І., Білик М. С., Загородній А. Г. – вид. 2-ге, перероб. і доп. – Львів: «Магнолія 2006», 2008 р. – 440 с.

*Бурківська К.Є., аспірантка
кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська Політехніка»
korbut-katya@ukr.net*

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дослідження інноваційних методів управління трудовим потенціалом підприємств є важливим завданням в умовах сьогодення, зумовлено це тим, що трудовий потенціал підприємства має динамічні та мінливі властивості. Саме

тому, завдяки інноваційним методам відбувається ефективно управління трудовим потенціалом, створюється усі умови для успішної діяльності підприємства, яка залежить від професіоналізму працівників, та створення умов для постійного їх розвитку.

Варто зазначити важливість використання інноваційних методів управління трудовим потенціалом в діяльності молокопереробних підприємств, адже саме використання нових прогресивних методів принесе ефективні результати діяльності, відповідатимуть вимогам сучасності та будуть безпосередньо направлені на працівників та співставлятимуться з їхніми очікуваннями.

Погоджуємось з науковцем Харун О.А, що до інноваційних методів управління трудовим потенціалом можна віднести [4]:

- коучинг;
- аутсорсинг кадрових процесів;
- використання гнучкого графіку роботи;
- e-learning.

Що стосується поняття коучинг, то сьогодні не має єдиного тлумачення цього поняття, хоча всі вони між собою перекликаються. Однак, досить чітко та у відповідності саме до категорії трудового потенціалу, визначення наводить Джон Вітмор у своїй книзі «Коучинг високої ефективності» зазначає, що «Коучинг – це розкриття потенціалу людини, з ціллю максимального підвищення його ефективності. Коучинг не вчить, а допомагає вчитися» [1].

Вітчизняний науковець Короленко С.М. також дає чітке пояснення поняття коучинг і визначає його «як метод інноваційного розвитку персоналу для розкриття потенціалу працівників, їх самоорганізації, підвищення продуктивної діяльності та професійного зростання, що сприятиме формуванню економічної політики управління персоналом та розвитку підприємства за рахунок якості персоналу» [2].

Виходячи з цих тверджень можемо відзначити, що використовуючи коучинг на молокопереробних підприємствах, можна досягти розкриття

потенціалів працівників та всебічного їхнього розвитку, завдяки залученню тренерів (коучів), які працюватимуть у відповідному напрямку який необхідний працівникам.

Використання коучингу в управлінні трудовим потенціалом стане підґрунтям для професійного зростання працівника, самовдосконалення, підвищення результативності праці, використання творчого підходу до вирішення завдань, всебічного професійного розвитку, підвищення самооцінки, відчуття приналежності до компанії та турботи керівництва, поєднання цілей підприємства та працівників тощо.

Що стосується використання аутсорсингу в управлінні трудовим потенціалом, то науковець Харун О.А., зазначає, що аутсорсинг кадрових процесів – це така форма господарських взаємовідносин, за якої роботодавець частину обов'язків з управління трудовим потенціалом передає спеціалізованій компанії, що здатна надавати високоякісні послуги завдяки використанню сучасних новітніх технологій управління персоналом та наявністю у своєму штаті висококваліфікованих спеціалістів; недоліком аутсорсингу є висока вартість деяких послуг, але водночас він створює умови зниження витрат на утримання відповідних структурних підрозділів [4].

Тобто кадровий аутсорсинг на молокопереробних підприємствах може здійснюватися у різних напрямках таких як підбір персоналу, оцінка та атестація, професійна перепідготовка, лізинг персоналу, аутстафінг тощо. Як бачимо використання аутсорсингу є досить необхідним і корисним у випадку якщо на підприємстві відсутня людина, яка може ефективно та професійно здійснювати процес управління трудовим потенціалом.

Використання гнучкого графіку роботи на молокопереробних підприємствах може нести як позитивні так і негативні наслідки. Позитивним є те, що працівники в змозі самостійно регулювати початок та закінчення загальної тривалості роботи. Гнучкий графік роботи позитивно впливатиме на діяльність працівника, на його самопочуття, відношення до керівника. Адже якщо працівник отримує право самостійно визначати свій графік роботи він

відчуває повну довіру до себе, що сприяє більшій віддачі у роботі та підвищенні продуктивності. До негативних явищ можна віднести, те що не кожен працівник може бути само організованим, що погано відзначиться на роботі. Також особливість діяльності молокопереробних підприємств не дозволяє використовувати до всіх категорій персоналу гнучкий графік роботи.

Дистанційне навчання E-learning, відбувається у вигляді використання електронних книг, відео-уроків, комп'ютерних вправ. Ефективність виявляється в переданні знань великій кількості людей [3]. Для використання такого методу необхідна самоорганізованість працівників, адже передбачається, що працівники самостійно опрацюватимуть отриману інформацію, або вивчатимуть надані їм матеріали, що вимагає від самостійності. Тобто можемо говорити про те, що метод дозволяє розкривати потенціали працівників, самовдосконалюватись та розвиватись.

Таким чином можемо стверджувати, що використання інноваційних методів управління трудовим потенціалом молокопереробних підприємств нестимуть позитивний результат у діяльності підприємства. Адже завдяки інноваційним методам управління трудовим потенціалом створюється підґрунтя для розвитку працівників, розкриття їхніх потенціалів, самовдосконалення, навчання новому, підвищенню кваліфікації, зростання майстерності та результативності праці, професійного розвитку, отримання задоволення від роботи тощо. В свою чергу інноваційні методи передбачають, що працівники мають володіти самодисципліною, бути відповідальними, організованими, мати бажання до навчання тощо. Керівники в свою чергу мають створювати всі необхідні умови для розвитку свої працівників, турбуватися про підлеглих та мотивувати їх. Адже ефективність діяльності підприємства залежить від працівників, тому керівникам підприємств потрібно приділяти значну увагу управлінню трудовим потенціалом, та створювати всі необхідні умови для комфортної роботи своїх працівників, що дозволить підприємству ефективно функціонувати та отримувати бажані результати діяльності.

Список використаної літератури

1. Дж. Уитмор Коучинг високої ефективності / Пер. с англ. – М.: Международная академия корпоративного управления и бизнеса, 2005. –С. 168.
2. Короленко С.М. Коучинг як інноваційний інструмент ефективного управління персоналом / С.М. Короленко, Р.В. Короленко, Ю.О. Судакова. // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1
3. Пучкова С.І. Інновації у практиці управління персоналом на сучасних підприємствах / С.І. Пучкова // Вісник соціально-економічних досліджень: зб. наук. пр. / ред. М.І. Зверяков; Одеський держ. екон. унт. – Одеса, 2008. – № 34. – С. 140-147
4. Харун О.А. Класифікація методів управління трудовим потенціалом промислових підприємств / О.А. Харун // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 10(2). – С. 121-125.

Вибер Е.Ф., студент

*Максименко Д.В., к.е.н.,
доцент кафедри обліку, оподаткування
та менеджменту
Мукачівський державний університет
dvmaksym@gmail.com*

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ВИТРАТ В СИСТЕМІ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

В умовах ринкової економіки основним у діяльності кожного підприємства є отримання максимального прибутку. З розвитком конкуренції на ринку та зниженням норми прибутку перспективи розвитку підприємства значною мірою залежать від поведінки витрат та управління ними. Уміння планомірно та раціонально керувати витратами в періоди погіршення

кон'юнктури ринку підвищує шанси на виживання. Протягом останніх років ученими-економістами та бухгалтерами-практиками вносились різні пропозиції щодо вдосконалення існуючої класифікації витрат у різних галузях промисловості. Для забезпечення фінансової стабільності зменшення ймовірності настання ризику банкрутства необхідно ретельно аналізувати показники внутрішньогосподарської діяльності на рівні підприємства, враховувати можливий вплив різних факторів з метою встановлення оптимальних пропорційних співвідношень обсягів результатів діяльності. Одним із таких важливих показників результатів фінансово-господарської діяльності підприємства є витрати [1].

Оптимізація витрат забезпечує дотримання режиму економії, зростання продуктивності праці, скорочення непродуктивних витрат, що дає змогу підвищити рентабельність. Однак витрати підприємства мають неоднорідний характер, що потребує їх класифікації. Класифікація витрат є основою їх обліку, аналізу та планування на підприємстві, допомагає оцінити здійсненні витрати, знайти можливі способи підвищення ефективності витрат і прийняти правильні рішення щодо управління ними. Економічно обґрунтована класифікація виробничих витрат є основою організації обліку виробничої діяльності. Класифікація витрат за видами діяльності дає змогу організувати систему внутрішньовиробничого контролю й управління витратами; залежно від мети обліку передбачає групування витрат для визначення собівартості виготовленої продукції та фінансових результатів, прийняття управлінських рішень і здійснення контролю та регулювання [2].

Важливого значення набуває організація на підприємствах ефективного обліку витрат на основі розроблення власної облікової політики, яка здатна задовольнити потреби всіх рівнів управління в релевантній інформації про витрати, доходи, фінансовий стан, а також перспективний розвиток підприємства [3]. Під впливом нестабільності як у світовій економіці, так і в економіці України спостерігається постійне зростання сум витрат підприємства. Це обумовлює необхідність пошуку оптимальних методик їх

обліку та контролю, які будуть адаптовані до потреб керівництва та інших користувачів економічної інформації.

Найбільшої уваги при прийнятті управлінських рішень заслуговують витрати, що характеризує вартісний вимір використаних різних засобів у процесі господарювання для авансування та здійснення процесу виробництва. Завданням обліку витрат як складових управління є: - своєчасне, повне і достовірне відображення витрат виробництва; - відображення використаних ресурсів, що входять до складу витрат; - групування витрат з метою обчислення собівартості продукції; - обчислення витрат для визначення фінансових результатів; - групування та формування даних про витрати для складання звітності різних рівнів.

Один із принципів управлінського обліку: різні витрати – для різних цілей напряду стосується методики формування собівартості. Її можна визначати за всіма витратами, виробничими витратами, частиною витрат, релевантними витратами тощо. Інформація про витрати дає можливість визначити: яку ціну на послуги слід встановити; який процес є найбільш економічним; який підрозділ використовує ресурси найефективніше; який замовник забезпечує найбільший внесок у прибуток підприємства [4].

Для ефективної організації управлінського обліку необхідно використовувати економічно обґрунтовану класифікацію витрат за окремими ознаками [5]. Метою класифікації є впорядкування витрат відповідно до вирішуваних завдань. Різноманітні завдання вимагають використання адекватних ознак класифікації. Основними ознаками класифікації витрат є: за економічним змістом; способом віднесення на собівартість продукції; складом за місцями виникнення та центрами відповідальності; за доцільністю використання; за ступенем охоплення планом; за впливом прийняття управлінського рішення.

За економічним змістом витрати класифікують за елементами і статтями. Характерно, що номенклатура елементів витрат, визначена в П(С)БО 16 «Витрати», для всіх галузей економіки є однаковою [6]. Групування витрат за

економічними елементами дає змогу одержати інформацію про те, що саме й на яку суму витрачено в процесі виробництва та реалізації в цілому по підприємству. Однак таке групування не дає змоги здійснити контроль і аналіз витрат за цільовим призначенням. Для цього необхідно використовувати групування витрат за статтями калькуляції, яке залежить від методу планування, технологій виробництва та виду продукції. Саме тому, встановлення переліку та складу статей калькулювання виробничої собівартості продукції, робіт, послуг на сьогодні віднесено до компетенції підприємства та повинно бути регламентовано його обліковою політикою.

Для прийняття управлінських рішень щодо витрат підприємства важливо розуміти взаємозв'язок між витратами та певними факторами [3]. Це дає змогу передбачати майбутні релевантні витрати. У науковій літературі для опису поведінки витрат їх поділяють на змінні та постійні, напівзмінні та напівпостійні. При цьому основним фактором витрат розглядають обсяги діяльності – це може бути обсяг виробництва або обсяг реалізації [2].

- змінні витрати – це витрати, що змінюються прямо пропорційно до зміни обсягу діяльності (або іншого фактора витрат).

- постійні витрати – це витрати, що залишаються незмінними в разі зміни обсягу діяльності (або іншого фактора витрат).

- напівзмінні витрати – це витрати, що змінюються, але не прямо пропорційно до зміни обсягу діяльності (або іншого фактора витрат).

- змішані витрати – це витрати, що містять елементи як змінних, так і постійних витрат.

Роль витрат у господарській діяльності підприємств є незаперечною. Однак лише чітко налагоджена система управління витратами дасть відчутні результати у фінансово-господарській діяльності підприємства. Уважне ставлення до вибору класифікації та аналізу поведінки витрат визначить, наскільки правильно організована система управління витратами [2]. Пряма залежність прибутку підприємства від рівня витрат за умов пошуку резервів їх зниження дасть можливість швидшими темпами розвиватися компанії.

Таким чином, ознак класифікації повинно бути стільки, щоб забезпечити отримання достатньої корисної інформації для вирішення конкретних проблем, які виникають у процесі управління діяльністю підприємства. Прийняття управлінських рішень у сфері діяльності підприємства прямо або опосередковано впливає на рівень витрат і прибутку. Для управління витратами підприємству необхідно розробити регламентацію системи управління, яка є одним із принципів сучасного менеджменту та означає встановлення й суворе дотримання певних правил, положень, інструкцій, нормативів, побудованих на наукових принципах управління. Система управління витратами повинна мати раціональне групування витрат для розрахунку собівартості продукції, робіт, послуг. З метою встановлення співвідношення окремих груп витрат необхідно визначити порядок їх зведення за окремими групами. Лише така система обліку витрат дасть можливість встановити й оцінити чинники її формування та напрями зниження рівня витрат. У свою чергу, при прийнятті управлінських рішень системи обліку та управління витратами дають можливість визначити пряму залежність прибутку підприємства від рівня витрат за умов пошуку резервів їх зниження та визначення основних напрямів конкурентного розвитку підприємства.

Список використаної літератури:

1. Бланк И. А. Управление финансовыми ресурсами / И. А. Бланк. – М. : Омега-Л, ООО «Эльга», 2011. – 768 с.
2. Бутинець Ф. Ф. Бухгалтерський управлінський облік / Ф. Ф. Бутинець, Т. В. Давидюк, Н. М. Малюга, Л. В. Чижевська. – Житомир : ПП «Рута», 2002. – 480 с
3. Друри К. Управленческий и производственный учет / Пер. с англ. : Учебник. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 1071 с.
4. Малюга Н. М. Бухгалтерський облік в Україні : теорія й методологія, перспективи розвитку : [монографія] / Н. М. Малюга – Житомир : ЖДТУ, 2005. – 548 с.

5. Нападовська Л. В. Управлінський облік : підручник / Л. В. Нападовська. – К. : Книга, 2004. – 254 с.

6. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати» [Мінфін] від 31 березня 1999 р. – № 87 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/law/show/z0027-00>

*Дегтярєва Ю.В.
студент-магістр
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
yulidehtiarova@gmail.com*

ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ ПРОЕКТУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Трансформаційна економіка зумовлює виважено підходити до вибору методів управління ризиками проекту. На етапі створення бізнесу в процесі розробки бізнес-плану підприємцю потрібно оцінити економічну ефективність і ризики даного бізнес-проекту, розробити план управління ризиками, спланувати реагування на можливі ризики. В сучасній науковій літературі існує багато трактувань концепції управління ризиками проекту. В таблиці 1 на основі аналізу [1; 3; 4; 5] подані підходи до визначення поняття «управління ризиком».

Так, наприклад, автори [5, с. 41] пропонують комплексний підхід до ризик менеджменту в управлінні проектами.

Існують доволі велика кількість наукових розробок щодо процесу управління ризиками.

Так, наприклад, в роботі [2, с. 64] зазначено, що процес управління ризиками включає 5 етапів: 1) виявлення можливих ризиків та аналіз їх впливу на діяльність організації; 2) оцінка можливих фінансових та не фінансових втрат від реалізації ризиків; 3) формування стратегії управління ризиками; 4)

вплив на ризик; 5) аналіз результатів та оцінка ефективності методів управління ризиками В роботі [1, с. 43] процес управління ризиками проекту поділяється на чотири основні етапи: визначення ризиків, оцінювання ризиків, розробка засобів реагування на ризики та контроль ризиків.

Таблиця 1

Підходи до визначення змісту поняття «управління ризиком»

Автор	Зміст
Микитюк П.П.	Управління ризиком - це процес реагування на події та зміни ризиків у процесі виконання проекту [3, с. 120].
Скопенко Н.С. Євсєєва, І.В. Москаленко В.О.	Управління ризиком – це сукупність управлінських дій інтегрованого характеру, спрямованих на виявлення й аналіз максимально широкого діапазону можливих видів ризику, визначення попереджувальних дій та методів впливу на ризик, їх обґрунтоване врахування при прийнятті управлінських рішень та зведення ступеня впливу виявлених видів ризику до мінімальних або прийнятних меж [5, с. 42]
Верес О.М., Катренко А.В., Рішняк І.В., Чаплига В.М.	Управління ризиками проекту – це комплекс знань і навичок, який при дотриманні умов договору (встановлені терміни завершення проекту загалом та його окремих етапів, визначений бюджет на реалізацію проекту, окреслені границі проекту, обумовлені результати) дозволяє планувати і адекватно реагувати на негативні чи позитивні події, які з певною імовірністю можуть виникати в процесі реалізації проекту [1, с. 42]
Проскура В.Ф., Білак Р.Г.	Управління ризиком – це процес прийняття управлінських рішень, які мінімізують несприятливий вплив зовнішніх та внутрішніх чинників на підприємство, а також знижують збитки, викликані випадковими подіями [4, с.601].

Розглянемо основні етапи управління ризиками проекту.

Крок I. Визначення ризиків. На цьому етапі проводиться якісний аналіз, метою якого є ідентифікація та «інвентаризація» ризиків. Він полягає у: виявленні всіх можливих ризиків, притаманних конкретному проекту; визначенні зовнішніх та внутрішніх факторів, які зменшують чи збільшують конкретні види ризику; описанні виявлених ризиків; аналізі факторів впливу на ризики класифікації ризиків та факторів впливу на них і розподілі їх за групами; аналізі можливих наслідків від реалізації ризиків; аналізі пропозицій для мінімізації виявлених ризиків; вартісному оцінюванні всіх заходів, скерованих на мінімізацію ризиків проекту. Якісний аналіз, як правило, проводиться на стадії розробки бізнес-плану проекту.

Як один з методів визначення ризиків доцільно застосувати механізм структурної декомпозиції робіт (СДР) проекту, який формально належить до сфери управління змістом та границями проекту. На стадії завершення планування проекту всі роботи, які були визначені за допомогою СДР, повинні повністю описувати зміст та границі проекту, що, в свою чергу, дозволяє визначити всі можливі точки прояву ризиків. Окрім цього, очевидно, слід передбачити можливі ризики, пов'язані з термінами виконання окремих етапів та проекту загалом та можливі зміни у фінансуванні проекту.

Крок II. Оцінювання ризиків. Це етап кількісного аналізу. Його метою є вимірювання визначених на першому етапі ризиків, а саме: розрахунок ризиків та наслідків від них; оцінювання ризиків; встановлення їх допустимого рівня; облік ризиків.

Кількісна оцінка ризику є по суті доповненням до якісної оцінки. У результаті кількісного аналізу ризику отримуються числові визначення розмірів окремих ризиків, а також ризику проекту загалом. Ризик може визначатись як у абсолютних, так і у відносних величинах. Вимірювання ступеня ризику в абсолютних величинах доцільно застосовувати для характеристик окремих видів втрат, а у відносних – при порівнянні прогнозованого рівня втрат з реальним рівнем. Розповсюдженими методами кількісної оцінки ступеня ризику є такі: статистичний метод; метод аналізу доцільності затрат; метод експертних оцінок; аналітичний метод; метод використання аналогів та ін.

Крок III. Розробка засобів реагування на ризики. На цьому етапі втілюються у практику проведені на попередніх кроках теоретичні положення. Зміст даного етапу полягає у: проектуванні можливих стратегій; виборі оптимальної стратегії; реалізації вибраної стратегії.

Крок IV. Контроль ризиків Метою даного етапу є постійне відслідковування ризиків у процесі реалізації вибраної стратегії; накопичення інформації та її аналіз з метою попередження появи нових ризиків; переоцінка та корегування ризиків; прийняття оперативних рішень у випадках будь-яких

відхилень від вибраної стратегії. Даний етап забезпечує циклічність процесу управління ризиками.

В кожному проекті обов'язково присутні невідомі (невизначені) ризики. Для того, щоб нівелювати результати таких ризиків, в резерв управління проектом закладаються певні фінансові та часові ресурси. Але реагування на невідомі ризики тільки після їх появи пов'язане з достатньо великими затратами. Значно ефективнішим є випередження подій, отримання інформації про потенційну появу невідомого ризику заздалегідь [1, с. 43-45].

Відомі чотири основних методи управління ризиками [7]: скасування; запобігання та контролювання; страхування; поглинання ризиків.

Скасування ризику означає відмову від певної діяльності чи таку істотну (радикальну) її трансформацію, у результаті якої ризик зникає.

Запобігання та контролювання ризику – це ефективна організація проектної діяльності, тобто коли її учасники мають змогу ефективно впливати на чинники ризику і зменшувати можливість настання несприятливої події.

Контролювання ризику полягає в реалізації комплексу заходів, спрямованих на мінімізацію збитків після настання несприятливої події [8].

Страхування ризику передбачає зменшення збитків від діяльності за рахунок фінансової компенсації зі спеціальних страхових фондів.

Поглинання ризику – це такий спосіб діяльності, коли при матеріалізації ризику збитки повністю несе його учасник (учасники). Цей метод управління ризиками застосовують тоді, коли можливість ризику невелика чи збитки в разі його настання неістотно впливають на учасників проектної діяльності [6].

Список використаної літератури

1. Верес О.М. Управління ризиками в проектній діяльності / О.М. Верес, А.В. Катренко, І.В. Рішняк, В.М. Чаплига: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/8638/1/04.pdf>

2. Макалюк І. В. Управління ризиками інвестиційних проектів / І. В. Макалюк, І. Ю. Бабенко // Сучасні проблеми економіки і підприємництва. – 2016. – Випуск 18. – С. 63-70.

3. Микитюк П. П. Управління проектами: Навч. пос. [для студ. вищ. навч.закл.] / П. П. Микитюк – Тернопіль, 2014. – 270 с.

4. Проскура В.Ф. Методологічні підходи до управління ризиками/ В.Ф. Проскура, Р.Г. Білак //Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 599-607: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/9_ukr/102.pdf

5. Скопенко Н. С. Управління ризиками в проектному менеджменті/ Н.С. Скопенко І.В. Євсєєва, В.О. Москаленко//Інвестиції: практика та досвід. – 2013. – № 24. – С. 41–44.

6. Управління проектами: процеси планування проектних дій [Текст]: підручник / І.В. Чумаченко, В.В. Морозов, Н.В. Доценко, А.М. Чередніченко. – К.: Університетекономіки та права «КРОК», 2014. – 670 с.

7. Управління ризиками в інвестиційних проектах.[Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://dn.khnu.km.ua/dn/k_default.aspx?M=k1063&T=07&lng=1&st=0

8. Rodrigues-da-Silva Luiz Henrique, Crispim José António. The Project Risk Management Process, a Preliminary Study. Procedia Technology. №16. 2014. PP. 943–949: [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://www.researchgate.net/publication/275244667_The_Project_Risk_Management_Process_a_Preliminary_Study

*Деділова Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки і підприємництва*

*Романович М.А.
здобувачка вищої освіти
Харківський національний
автомобільно-дорожній університет
dedilova@ukr.net*

СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД ДО РОЗГЛЯДУ СТРУКТУРИ ТРУДОВОГО ПРОЦЕСУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Торгівельна діяльність українських підприємств в сучасних реаліях ведення господарської діяльності повинна ґрунтуватися на принципах забезпечення оптимального прибутку, запобігання та попередження фінансових ризиків, прийняттю обґрунтованих управлінських рішень. Ефективність же діяльності підприємства в цілому, залежить, перш за все, від ефективності реалізації трудових процесів його персоналом.

У більшості випадків трудові процеси, що протікають на підприємстві, розглядають як такі, що пов'язані з продажем товарів, робіт та послуг. Отже дослідження трудового потенціалу підприємства тісно пов'язано з дослідженням особливостей реалізації його власних трудових процесів згідно розподілу за характером та предметом праці, ціллю трудових процесів для їхніх споживачів, галуззю виробництва, у якій протікає трудовий процес, роллю або місцем трудового процесу у виробничому процесі тощо. Таким чином, виникає об'єктивна необхідність щодо розмежування реалізації трудових процесів за напрямками «виробництво-оптова торгівля», «оптова торгівля-роздрібна торгівля», «роздрібна торгівля-споживчі операції».

В робот [1] автор розглядає трудовий процес з позиції матеріально-технічної складової його забезпечення, тобто як такий, що передбачає чітку організацію процесу прикладання людиною розумових та фізичних зусиль для одержання корисного результату. Отже, трудовий процес – це процес

трансформації наявних ресурсів у потрібні суспільні блага, який реалізовується й управляється людиною.

Трудовий процес як органічна єдність складається із робочої сили, засобів праці, методів виконання робіт, знарядь та предметів праці. В сучасних умовах функціонування українських підприємств сутність комерційної діяльності полягає в організації комерційних процесів і операцій, спрямованих на забезпечення системи товарно-грошового обміну і управління цими процесами. Особливості реалізації трудових процесів комерційного підприємства зумовлено структурою його комерційної діяльності, розподіленою за трьома окремими блоками – «виробництво-оптова торгівля», «оптова торгівля-роздрібна торгівля», «роздрібна торгівля-споживчі операції» [2].

Динамізм зовнішнього середовища зумовлює необхідність застосування керівниками підприємств принципів стратегічного управління. Згідно такого підходу трудовий процес реалізується у площині матеріального і нематеріального виробництва. Причому існує відмінність трудових процесів, торговельного персоналу від трудових процесів виробничого персоналу. Цю відмінність можна охарактеризувати як задоволення потреб споживачів продукції/послуг підприємства переважно за рахунок трудових операцій невиробничого характеру. Такі операції за основними функціями зводяться до наступного: основні операції – купівля та продаж, експортно-імпортні та товарообмінні операції; особливі операції – орендні, торгово-посередницькі; допоміжні тощо.

До основних трудовитрат можна віднести витрати праці торговельного персоналу, спрямовані на реалізацію роздрібних, дрібнооптових та оптових операцій підприємства на внутрішньому та зовнішньому ринках. Допоміжні операції містять трудовитрати торговельного персоналу щодо страхових, транспортно-експедиційних, фінансово-розрахункових та митних операцій.

В свою чергу реалізація трудових процесів виробничої сфери передбачає пошук і вибір конкурентоспроможних постачальників, організацію системи

зв'язків і формування товарних ресурсів, облік і контроль за надходженням товарно-матеріальних запасів.

Розглянутий підхід до структури трудового процесу персоналу підприємства дозволяє поєднувати встановлену структуру трудового процесу опосередковано через організаційне та ресурсне забезпечення праці для працівників виробничої та торгівельної сфери діяльності такого підприємства з відповідними особливостями визначення комерційного підприємства як суб'єкта підприємництва. Також слід наголосити на тому, що досягнення стійкого стратегічного розвитку підприємства повинне базуватися на формуванні його внутрішнього середовища у відповідності до факторів зовнішнього середовища шляхом поєднання виробничої та торговельної діяльності при оптимальному ресурсному забезпеченні трудового процесу виробничого та торгівельного персоналу, а також реалізації ефективної організаційної структури, спрямованої на взаємодію підрозділів з матеріально-технічного забезпечення та збуту продукції (робіт, послуг) згідно з виконуваними ними функціями.

Список використаної літератури

1. Грішнова О.А. Економіка праці та соціально-трудова відносини: підручник/ О.А. Грішнова. – 4-те вид., оновлене. – К.: Знання, 2009. – 390 с.
2. Комерційна діяльність: підруч. [2-ге вид.] / [за ред. проф. В.В. Апопія]. – 2008, 560 с.

Діденко А. О., здобувач вищої освіти

*Топоркова О. А., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Дніпровський національний університет залізничного транспорту
ім. академіка В. Лазаряна
toporkova1975@gmail.com*

КАЛЬКУЛЮВАННЯ СОБІВАРТОСТІ ПРОДУКЦІЇ: УПРАВЛІНСЬКИЙ АСПЕКТ

Система калькулювання є одним з аспектів управління бізнесом. Технологія виготовлення гумової продукції (шин, покришок, камер) суттєво впливає на такі аспекти функціонування підприємства, як: управлінську структуру, центри виникнення витрат і формування доходів, порядок взаємовідносин з контрагентами, рівні підпорядкованості центрів відповідальності. Вивчення організаційної структури підприємства дозволяє виділити необхідні структурні потоки управління витратами, особливості калькулювання собівартості виготовленої продукції, структуру та динаміку виробничих витрат. Система калькулювання її методи та способи, безпосередньо впливають на організацію обліку витрат суб'єкта господарювання. Аналіз структури та динаміки витрат підприємства дає можливість виділити такі статті та елементи витрат, які мають найбільш питому вагу в собівартості.

Між калькулюванням та виробничим обліком існує тісний взаємозв'язок. Передумовою калькулювання є облік витрат виробництва. Виробничий облік передбачає збір інформації про витрати підприємства, документальне оформлення господарських операцій, пов'язаних з виробничими витратами, їх узагальнення та групування за різними ознаками. Лише на основі інформації, що міститься в системі виробничого обліку, можливе калькулювання [1, с. 374].

Методи обліку витрат включають збір інформації щодо витрат, аналіз загальної їхньої величини і визначення способів, що дозволяють розрахувати

собівартість продукції із прийнятною точністю. Методи обліку витрат є частиною бухгалтерської системи, але при цьому виробниче та бухгалтерське калькулювання повинні бути взаємопов'язані. Ефективне управління витратами досягається при створенні на підприємстві інтегрованої бази даних, яка об'єднує інформацію, отриману з бухгалтерських реєстрів та доповнену оперативними відомостями, даними внутрішньофірмового аудиту [2, с. 149].

Вибір об'єктів калькулювання є важливим моментом в процесі розрахунку собівартості. У різних цехах підприємств, що виготовляють гумову продукцію, вибір такого об'єкта визначається технологічними й організаційними особливостями виробничого процесу. Найбільш поширеними об'єктами калькулювання в цехах таких підприємств є: замовлення, напівфабрикат, виріб, група однорідних виробів.

Методи розрахунку собівартості продукції, що застосовуються на таких підприємствах, залежать від типу виробництва і технологічних особливостей виготовлення продукції. Проте, у всіх випадках основна мета калькулювання собівартості полягає в тому, щоб отримати достовірні дані про витрати на одиницю продукції, а також обґрунтовані підсумкові показники собівартості виробів. Ця мета досягається, перш за все, шляхом правильного складання калькуляцій нормативної собівартості, які є основною розрахунковою базою калькулювання фактичної собівартості.

Для забезпечення ефективності управління, організація обліку витрат виробничого підприємства має бути здійснена за такими принципами:

- узгодженості – показники обліку витрат і калькулювання собівартості продукції повинні бути погоджені з плановими і нормативними показниками;
- повного висвітлення – документування витрат в момент їх здійснення, відокремлене відображення витрат за нормами і відхиленнями від норм;
- групування – всі витрати через систему рахунків бухгалтерського обліку повинні бути згруповані за об'єктами обліку витрат, статтями витрат, центрами відповідальності;

– повного включення – всі витрати, які відносяться до виробництва продукції даного періоду, повинні бути включені до її собівартості;

– ідентифікації – собівартість продукції калькулюється на основі даних бухгалтерського обліку, що потребує ідентифікації витрат з об'єктами калькулювання [3, с. 842].

В цілях управлінського обліку та для складання управлінської звітності частіше використовують калькуляцію в системі обліку певних змінних витрат (директ-костинг, потім – верейбл-костинг). У цій системі обліку у виробничу собівартість включаються тільки змінні виробничі витрати, а постійні загальновиробничі витрати відносяться на витрати періоду. На перших етапах практичного застосування системи калькулювання «директ-костинг» в собівартість продукції включалися лише прямі виробничі витрати, а всі виробничі накладні витрати списувалися безпосередньо на фінансові результати. Пізніше «директ-костинг» трансформували в «верейбл-костинг», коли в собівартість продукції стали включати не тільки прямі виробничі витрати, а також і змінні накладні витрати.

На Заході директ-костинг називають «управлінням собівартістю» чи «управлінням підприємством», підкреслюючи єдність обліку, аналізу і прийняття управлінських рішень в цій системі. При обліку повних затрат всі затрати підприємства, що виникають за звітний період, відносяться на носії затрат. Ця система іноді називається «витратною статистикою», оскільки в ній усереднюються затрати за носіями. Саме вона поставляє інформацію державним органам для ціноутворення. Проте на заході широко поширена думка, що для управління підприємством така калькуляція неприйнятна, оскільки воно не надає інформацію про те, в що дійсно обходиться виробництво окремих продуктів, їх видів або груп [4].

Облік витрат і обчислення собівартості продукції організовуються на підприємстві різними методами. Класифікація методів калькулювання досить

різноманітна. У вітчизняній літературі та на практиці найчастіше зустрічаються простий, позамовний, попередільний, нормативний методи, проте однозначної класифікації немає через труднощі виділення класифікаційної ознаки, яка б задовольняла всі існуючі методи.

Тому, прийнятною на даний час є концепція двох традиційних методів калькулювання, один з яких позамовний, а інший усі називають по-різному: масовий, періодичний, попроцесний, поопераційний, попередільний.

Порівняльна характеристика різних методів обліку витрат і калькулювання собівартості за окремими ознаками наведена в табл. 1. Така концепція розглядається й застосовується як у вітчизняному обліку, так і в зарубіжних країнах. У цій концепції у визначенні методу калькулювання варіюють такі ознаки: час (період) замовлення та процес.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика калькулювання по замовленнях і по процесах

Ознака порівняння	Калькулювання по замовленнях	Калькулювання по процесах
1. Зв'язок між виробництвом і реалізацією	Реалізація передусь виробництву: покупець та його вимоги до якості продукції та її комплектації відомі до початку виробництва.	Виробництво передусь реалізації: вироблена продукція стає виробничими запасами, її майбутній покупець невідомий, вимоги до якості продукції стандартизовані.
2. Витрати матеріалів	Обсяг необхідних матеріалів вже попередньо відомий, їх закупають під певне замовлення і відносять на поточні витрати.	Обсяг потрібних матеріалів часто невідомий, на складі зберігається мінімальний запас матеріалів для забезпечення безперервності виробництва.
3. Кваліфікація робітників та характер їх праці	Загальний рівень кваліфікації усіх робітників по замовленнях більш високий, робітники повинні уміти виконувати широкий спектр робіт.	Загальний рівень кваліфікації робітників менш високий, робітники повинні уміти виконувати переважно однотипні та чітко визначені заздалегідь роботи
4. Рівень накладних витрат	Накладні витрати відносно малі, більшість витрат прямо відносять на конкретне замовлення.	Широке застосування методів автоматизації виробництва зумовлює більш високий рівень накладних витрат
5. Тривалість виробничого періоду	Виробничий період на виконання замовлення відносно короткий, заздалегідь визначений	Виробничий період безперервний, часто не визначений, тривалий, не обмежений у часі.
6. Принцип визначення собівартості	Собівартість кожного замовлення визначається після закінчення робіт по конкретному замовленню	Собівартість продукції визначається періодично (при складанні звітності: помісячно, поквартально, в кінці року)

При попроцесному методі калькулювання обліковують прямі витрати, де зазвичай використовується тільки два елементи витрат: прямі матеріальні витрати і конверсійні витрати (витрати обробки, додані витрати). Цим методом розраховують усереднену собівартість продукції, що отримана з виробництва за даний період часу. Цей метод фіксує витрати за звітний період (місяць, квартал, рік). Іншою особливістю такої калькуляції є об'єднання загальновиробничих накладних витрат з прямими витратами на оплату праці в один елемент витрат під назвою конверсійні витрати (додані витрати, витрати обробки).

При позамовному методі калькулювання розрахунок собівартості індивідуалізовано для певного продукту або їх сукупності, об'єднаних одним замовленням. В цьому методі зазвичай використовують три базових елементи витрат, а саме:

а) прямі матеріальні витрати (сировина і матеріали, придбані напівфабрикати, паливо тощо, які можна прямо і економічно просто віднести на собівартість продукції);

б) прямі трудовитрати (зарплата основних виробничих робочих, зокрема різні доплати за терміновість роботи на вимогу замовника);

в) загальновиробничі накладні витрати: (змінні і розподілені постійні накладні витрати, списані на дані замовлення, виріб). Не розподілені постійні загальновиробничі накладні витрати вважаються витратами періоду.

При позамовному методі зазвичай фіксується кількість замовлення і термін його виконання. Після виконання замовлення (завершення технологічного циклу) загальна сума витрат на певне замовлення ділиться на кількість виробів в замовленні, і таким чином розраховується собівартість одиниці продукції в замовленні. Для позамовного методу калькулювання характерним є більш конкретне віднесення витрат та обчислення собівартості, більш висока питома вага прямих витрат, а отже і більш точне визначення собівартості конкретних виробів. Все це створює умови для більш обґрунтованого контролю витрат та управління їх рівнем.

На сьогоднішній день застосування будь-якого одного методу обліку та управління витратами в ізоляції від інших процесів на підприємстві не може бути достатньо ефективним, тому комплексний облік витрат на виробництво є найбільш універсальним методом обліку витрат, який зможе більш повно врахувати всі витрати, виявити відхилення та встановити відповідальних осіб [1, с. 377].

Отже, для управлінських потреб залежно від технологічних особливостей та специфіки об'єктів обліку виробничих витрат обирається відповідний метод калькулювання. Висока матеріаломісткість гумового виробництва та значний обсяг номенклатури сировини і допоміжних матеріалів зумовлює доцільність застосування документального та інвентарного методів контролю. Оцінку незавершеного виробництва доцільно виконувати за собівартістю виготовлення. Усе вищезазначене має знайти своє відображення в обліковій політиці підприємства.

Список використаної літератури

1. Линник О. І. Сучасна вітчизняна та зарубіжна практика калькулювання собівартості продукції, обліку та управління виробничими витратами підприємства / О. І. Линник // Економіка та суспільство. – 2016. – № 6. – С. 373-378.
2. Нестерова С. В. Обґрунтування доцільності калькулювання витрат на підприємстві / С. В. Нестерова, А. Г. Лизанець // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2017. – № 2(8). – С. 148-152.
3. Кравченко О. В. Проблеми організації обліку витрат виробництва / О. В. Кравченко, К. О. Леоненко // Інфраструктура ринку (Бухгалтерський облік, аналіз та аудит). – 2018. – № 25. – С. 841-846.
4. Поляк В. В. Калькулювання собівартості продукції та управління витратами / В. В. Поляк, В. П. Гринь // ЛОГОС. ОНЛАЙН (Міжнародний науковий електронний журнал). [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://ojs.ukrlogos.in.ua/index.php/2663-4139/article/view/271>

*Єльцова Ю.Ю.,
магістр кафедри «Облік та оподаткування»
Таврійський Державний Агротехнологічний Університет
імені Дмитра Моторного
eltsovajulia1999@gmail.com*

ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ В УКРАЇНІ

XX століття було століттям виробництва, XXI століття ж можемо з упевненістю назвати століттям продажів. По всьому світу, у тому числі і в Україні, спостерігається перевиробництво товарів і послуг, тому на перше місце виходить уміння продавати. У зв'язку з цим з кожним роком росте попит на висококваліфікований торговий персонал, він у декілька разів перевищує пропозицію.

Компанії, які мають на меті підвищити об'єми продажів, почали частіше звертати увагу на систему оплати праці і мотивації торгового персоналу, що функціонує на підприємстві. Успіх торгової компанії на ринку визначається реалізацією її продукції і залежить, не в останню чергу, від ефективності роботи служби продажів [2]. Від професіоналізму і рівня зацікавленості в підсумкових результатах своєї роботи торгового персоналу, залежатиме, чи зуміє компанія реалізувати на практиці свою конкурентну перевагу. Тому питання про його мотивацію завжди в числі найпріоритетніших для будь-якого керівника компанії. Для того, щоб мотивувати співробітників до ефективної трудової діяльності важливе значення має система організації оплати їх праці.

Багато вчених і науковців досліджували та продовжують вивчати проблеми, пов'язані з оплатою праці, її організацією і правовим забезпеченням, соціально-економічну сутність, принципи та елементи організації заробітної плати, а також система доплат, надбавок і форм заробітної плати. Серед українських та зарубіжних вчених можемо виокремити таких, як В. Андріанова, О. Руденко, В. Горбатов, В. Михайлова, І. Лаптії, М. Колот, Дж. М. Кейнс та багато інших. В їх роботах розглядаються особливості оплати праці і

соціально-трудових відносин в ринкових умовах, але вони не вирішують всіх проблем по впровадженню ефективних систем оплати праці через її складність та багатофакторність, що обумовлює необхідність подальшого вивчення, аналізу та уточнення питань організації оплати праці на торгових підприємствах.

Оплата праці має важливе значення для двох сторін: для працівників, для більшості з яких вона є основним джерелом доходів і для підприємства, оскільки частка заробітної плати в додатковій вартості досить вагома, а витрати на оплату праці в сукупних витратах на виробництво продукції досить значні. Прийнятий у 1995 році Закон України «Про оплату праці» об'єднав у собі основні законодавчі норми, які стосуються заробітної плати. Згідно з законодавством, заробітна плата – це винагорода, обчислена, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу [3]. Розмір заробітної плати працівників залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства і ґрунтується на Конституції України, Законах України «Про оплату праці», «Про колективні угоди» та інших законодавчих актах. Насамперед, оплата праці виконує функцію мотиватора до підвищення продуктивності праці та якості виконуваної роботи. В Україні діє система «чим вище заробітна плата, тим більше відповідальність».

Вітчизняні торгові підприємства застосовують відрядну оплату праці у вигляді відсотку з продажу. Він представляє собою відсоток з відвантаження, тобто від вартості відвантаженої клієнтом продукції; відсоток з маржинального прибутку; відсоток від виплат, а саме від грошей, які надійшли від клієнтів підприємства тощо [1]. Відрядна оплата праці у вигляді відсотка з продажу є дуже простою, забезпечує прив'язаність і зацікавленість торгового персоналу до кінцевого результату. За таких умов працівники у сфері торгівлі отримують невеликий оклад і 2–5 % від товарообороту. Керівники таких підприємств впевнені, що зменшують свій ризик, оскільки матимуть змогу виплачувати

заробітну плату та при цьому можуть збільшувати конкурентоздатність підприємства та частину проданої продукції на зовнішньому або внутрішньому ринку. Однак, таку форму оплати праці торгового персоналу необхідно надалі вдосконалювати та постійно контролювати діяльність працівників та об'єм продажу, для того щоб підприємство не зазнало збитків. В таблиці 1 представлені переваги та недоліки відрядної форми оплати праці у вигляді відсотку продажу.

Таблиця 1

Переваги та недоліки відрядної форми оплати праці у вигляді відсотку продажу на торгових підприємствах України

Переваги	Недоліки
Простота та прив'язаність до кінцевого результату	Працівники продають товар з максимальними знижками
Упевненість керівника у спроможності виплатити заробітну плату	Відсоток, що виплачується торговому персоналу, зростає прямо пропорційно товарообороту підприємства
Працівники знають, заради чого працюють	Важко встановити план продажу
Встановлена мотивація для працівників	

Таким чином, керівництво підприємства має ретельно проаналізувати всі «за» та «проти» використання такої системи оплати праці. За нашою думкою, використовувати відрядну форму оплати праці у вигляді відсотка буде доцільним лише на перших етапах розвитку підприємства. Якщо підприємство стабільно працює, має велику клієнтську базу та добре розвинуту систему продажів, відрядно-преміальна система оплати праці є оптимальнішою. При використанні такої системи оплати праці, керівництво повинно дотримуватись таких принципів [1]:

1) премія повинна нараховуватися за здійснену діяльність та високий результат працівника;

2) не можна виплачувати премію працівникові за мотиви, які не пов'язані з діяльністю підприємства (наприклад, через вихід на пенсію, незадовільне матеріальне становище);

3) часте преміювання перетворюється в стабільну форму виплат;

Правильно організована відрядна-преміальна оплата праці забезпечить заінтересованість торгового персоналу у збільшенні товарообороту, підвищення кваліфікації, застосування передових методів і прийомів праці, збільшить продуктивність праці та надасть працівникам мотивацію до покращення результатів кожен звітний період. Так, чим ефективніше трудитимуться працівник, тим більшу кількість завдань буде виконано, і тим вищим буде його заробіток.

Отже, правильна організація оплати праці на підприємстві дає змогу стимулювати персонал до ефективнішої діяльності, забезпечувати якість і конкурентоспроможність, а також необхідний рівень рентабельності продажу. Досвід ринкових перетворень свідчить, що для створення дієвої мотивації праці на постійній основі та у довгостроковій перспективі недостатньо регулювати оплатою праці лише за принципом визначення ціни робочої сили. Важливо забезпечити реалізацію таких підходів, які б комплексно враховували всю сукупність ринкових, мікроекономічних факторів. У підсумку вони складають таку систему організації заробітної плати, за допомогою якої регулюються відносини на підприємстві.

Список використаної літератури

1. Богиня Д. П. Актуальні проблеми регулювання доходів і організації оплати праці на етапі трансформації економіки України / Д. П. Богиня // Україна : аспекти праці. – 2000. – № 6. – С. 3–11.
2. Костишина Т. А. Конкурентоспроможна система оплати праці: проблеми теорії та практики : монографія / Т. А. Костишина. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 389 с.
3. Про оплату праці : Закон України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>

Єльцова Ю.Ю.
магістр спеціальності «Облік та оподаткування»
Таврійський Державний Агротехнологічний Університет
імені Дмитра Моторного
eltsovajulia1999@gmail.com

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ З ВИКОРИСТАННЯМ АВТОМАТИЗОВАНОГО РОБОЧОГО МІСЦЯ

Бухгалтерський облік – важливий елемент економічної системи без знання якого неможливе ефективне управління підприємством. Він є одним з головних джерел інформації про виробничу і фінансово-господарську діяльність підприємств і їх об'єднань, необхідної для прийняття та реалізації управлінських рішень. Однак, лише налагоджена система бухгалтерського обліку дає змогу отримати необхідну інформацію для забезпечення управління господарською діяльністю підприємства, яка аналізується при прийнятті оперативних, управлінських та стратегічних рішень. Тому неналежна якість облікових даних може призвести до невірних висновків. Крім того, бухгалтерська інформація забезпечує контроль збереження активів підприємства, господарської діяльності, у зв'язку з чим є важливим засобом зміцнення фінансового стану підприємства.

Значний внесок у дослідження питань щодо контролю над діяльністю підприємствата контролю бухгалтерського обліку зробили такі вчені: В.В. Сопко, В.О. Шевчук, Ф.Ф. Бутинець, І.О. Бланк, В.П. Бондар та ін. Проте питання щодо контролю діяльності підприємства та організації бухгалтерського обліку потребує дослідження. Дослідження наукових праць таких учених, як В.В. Сопко, В.О. Шевчук, І.О. Бланк, показало, що вони надають перевагу думці щодо призначення бухгалтерського обліку для відображення господарських операцій та контролю. Інші вчені мають думку, що до бухгалтерського обліку належить тільки збір інформації, яка є необхідною для контролю, тобто обліку не характерні контрольні функції [2].

В Україні на сьогодні бухгалтерський облік відходить від стереотипів пострадянських країн та вимагає реформування, впровадження міжнародних стандартів для відображення правдивої та повної інформації економічних показників. Тоді поряд з удосконаленням організації бухгалтерського обліку виникає необхідність в удосконаленні контролю над бухгалтерським обліком та фінансовою звітністю. Вдосконалення організації бухгалтерського обліку дасть нам можливість ефективніше встановити мотиви проблем для позбавлення від негативних явищ та не доведення їх у майбутніх справах підприємства [3].

Найчастіше причинами порушень в організації обліку є наявність незаконних витрат, недостач майна, зайвого нарахування платежів до бюджету, залишків товарно-матеріальних цінностей, необоротних активів та їх неповного оприбуткування. Можна виокремити найпоширеніші порушення: списання видатків без підтверджуючих документів та неповне або несвоєчасне оприбуткування товарно-матеріальних цінностей. Основною причиною таких порушень є бажання підприємств зменшити податкове зобов'язання. В наслідок цього – здійснення витрат не за цільовим призначенням, зниження вартості активів, завищення заборгованості, неповне оприбуткування. Крім того порушеннями бухгалтерського обліку є:

- 1) недотримання системи складання бухгалтерських документів;
- 2) відмінність між показниками фінансової звітності;
- 3) недотримання термінів подання авансових звітів;
- 4) використання бланків і реєстрів невідповідних форм;
- 5) розбіжність між даними аналітичного і синтетичного обліку;

Реформування системи обліку за МСФЗ неможливе без створення автоматизованого робочого місця бухгалтера (АРМБ), засобів телекомунікацій і розвинених інструментальних засобів, оскільки, облік є процесом виявлення, зміни, реєстрації, накопичення, узагальнення, зберігання та передачі інформації про діяльність підприємства зовнішнім і внутрішнім користувачам для прийняття управлінських рішень.

Професійні АРМ — це головний інструмент спілкування людини з інформаційними системами, що виконують роль автономних робочих місць, інтелектуальних терміналів великих ЕОМ, робочих станцій у локальних мережах. АРМ мають відкриту архітектуру та легко адаптуються [1].

Якщо за критерій узяти організаційну структуру управління, то можна умовно виокремити АРМ керівника, АРМ бухгалтера, АРМ управлінського працівника середнього та оперативного рівнів. За принципами вибіркового розподілення інформації ці особи мають потребу в абсолютно різній інформаційній підтримці.

Створення АРМ забезпечує [1]:

- 1) простоту, зручність і дружнє ставлення до користувача;
- 2) простоту адаптації до конкретних функцій користувача;
- 3) компактність розміщення й невисокі вимоги до умов експлуатації;
- 4) високу надійність і живучість;
- 5) порівняно просту організацію технічного обслуговування;

Ефективним режимом роботи АРМ є його функціонування в рамках локальної обчислювальної мережі. Створені АРМ спеціалістів дають можливість працівникові здійснювати діяльність в діалоговому режимі, оперативно розв'язувати поточні задачі, зручно вводити дані, вести контроль, оброблення інформації, визначати достовірність результатної інформації, виводити й передавати каналами зв'язку. Інформаційне забезпечення АРМ орієнтується на конкретну, звичну для користувача, предметну сферу.

Найважливішим для практичних цілей є групування задач за економічним змістом вихідних показників. Групування — основа для виділення таких типів автоматизованих робочих місць бухгалтера (АРМБ): АРМБ з обліку основних засобів; АРМБ з обліку виробничих запасів; АРМБ з обліку праці й заробітної плати; АРМБ з обліку готової продукції; АРМБ з обліку фінансово-розрахункових операцій, тощо. Кожному з перерахованих АРМБ (комплексів задач) відповідає певний перелік задач [4].

Отже, тільки за якісного контролю система бухгалтерського обліку може бути забезпечена достовірною інформацією про результати господарської діяльності. Зростання ефективності бухгалтерського контролю дасть можливість запобігти зловживанням та порушенням облікової інформації, знищити негативні явища та не допускати їх у майбутньому.

Дослідження показало, що інструментом, який забезпечує достовірність даних бухгалтерського обліку та полегшує ведення обліку по процесам є автоматизоване робоче місце бухгалтера.

Таким чином, АРМ бухгалтера — це професійно-орієнтований комплекс технічних, інформаційних і програмних засобів, призначених для автоматизації функцій спеціаліста, що виконуються на його робочому місці, використовуючи який, можна організувати системну обробку економічної інформації як об'єкта управління в цілому, так і його структурних підрозділів.

Список використаної літератури

1. Букіта С.І. Організація внутрішнього контролю на підприємстві / С.І. Букіта [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://www.economy-confer.com.ua>.

2. Бутинець Ф.Ф. Організація бухгалтерського обліку: [навч. посібник для студентів спеціальності 7.050106 «Облік і аудит» вищих навчальних закладів; вид. 2–е, доп. і перероб.] / Ф.Ф. Бутинець, М. М. Шигун, С.М. Шулепова. – Житомир : ЖІТІ, 2002.- 592 с.

3. Завгородній В. П. Автоматизація бухгалтерського учета, контролю, анализа и аудита / В. П.Завгородній. – К.: А.С.К., 1997.-768 с.

4. Івахненко С. В. Інформаційні технології в організації бухгалтерського обліку та аудиту: [Навч. Посібник] / С. В.Івахненко. - К.: Знання-Прес, 2003. –

*Зелікман В.Д., к.т.н., доцент
завідувач кафедри обліку і аудиту*

*Удалих Г.С., магістрантка
Національна металургійна академія України
zelikman.kaf-oa@email.ua*

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ ПРИ ВИКОРИСТАННІ КОМП'ЮТЕРНИХ ПРОГРАМ ВЕДЕННЯ ОБЛІКУ

На сьогодні майже кожне українське підприємство стикається з проблемою формування облікової політики. Суб'єкти господарювання, розуміючи свої перспективи росту, мають вирішити проблему налагодження ефективних облікових процесів та обрати для використання відповідні методи, а також забезпечити інформаційно-аналітичну підтримку визначення шляхів раціонального використання власних ресурсів. Це потребує формування на підприємстві грамотної облікової політики, яка відображається у відповідному наказі та містить сукупність конкретних принципів, методів, процедур і практик, які застосовуються на підприємстві для ведення бухгалтерського обліку та складання фінансової звітності [1].

У сучасних наукових дослідженнях та практичних розробках питанням формування облікової політики приділяється належна увага. У наукових роботах вітчизняних та зарубіжних авторів достатньо докладно розглянуті методологічні та організаційні засади формування облікової політики підприємств, аналізуються проблеми процесу формування облікової політики та шляхи їх вирішення [2]. Серед факторів, які впливають на формування облікової політики, деякі автори зазначають, зокрема, «рівень інформаційної системи» або «матеріальну базу» [3]. Але при цьому не враховуються обмеження, які обумовлюються використанням для ведення обліку певної бухгалтерської програми. Для невеликих підприємств, що використовують типові бухгалтерські програмні продукти, такі обмеження можуть виявитися

досить суттєвими. З іншого боку, відсутність на підприємстві облікової політики унеможлиблює роботу з програмою.

Метою даного дослідження є розробка методики формування облікової політики бухгалтерського обліку при використанні комп'ютерної бухгалтерської програми для виключення невідповідностей між обліковою політикою підприємства і практикою фактичного застосування методів і способів ведення обліку.

Для створення бухгалтерських комп'ютерних програм немає стандартів. Зазвичай, вони налаштовані так, що усі законодавчі норми автоматично підтягуються з загальної Інтернет-бази. Але за наявності вибору способів ведення бухгалтерського обліку комп'ютерна програма може не надати користувачеві усіх варіантів щодо можливих способів ведення бухгалтерського обліку, обмежуючись найбільш простими або популярними. Тому при розробці облікової політики на підприємстві потрібно враховувати не тільки законодавство та професійні судження бухгалтерії та керівництва підприємства, але й можливості певної комп'ютерної програми. При цьому можуть навіть виникати ситуації, коли практика ведення обліку на підприємстві із застосуванням комп'ютерної програми взагалі не відповідає затвердженій обліковій політиці, що, звісно, є порушенням порядку ведення обліку.

Відповідно до норм законодавства України облікова політика формується одноразово і застосовується послідовно з року в рік. Наказ може змінюватися чи доповнюватися за необхідності. При роботі з комп'ютерними програмами, як правило, записи в реєстр «Облікова політика» рекомендується вносити щороку. Це обумовлено тим, що програма може оновлюватися і допрацьовуватися, наприклад, через зміни в законодавстві чи побажання користувачів. Тому інформація, що була введена у попередні періоди, може оброблятися за іншими методами. Власне дублювання записів про облікову політику в комп'ютерній програмі не викликає необхідності внесення змін до наказу про облікову політику та його перезатвердження на підприємстві, але початок застосування потенційно можливих в програмі нових методів ведення

обліку може викликати потребу у вказаних діях.

Як правило, сформувати готовий наказ про облікову політику для роздрукування бухгалтерські комп'ютерні програми не в змозі. Розробники лише створюють певний конструктор, розділивши великий масив інформації на такі блоки: основні параметри обліку, політика управлінського, бухгалтерського та податкового обліку, політика роботи з персоналом та регулювання виробництва тощо. Їх використання не потребує від користувачів значних витрат часу та високої кваліфікації в області обліку, проте процес створення зазначених блоків викликає ряд питань.

У першу чергу це стосується формування робочого плану рахунків. Практично завжди бухгалтери, які ведуть облік у будь-якій комп'ютерній програмі, в якості робочого плану рахунків роздруковують план рахунків з цієї програми. Але такий план рахунків може замінити робочий, оскільки значна кількість «запрограмованих» рахунків і субрахунків можуть не використовуватися на підприємстві, якщо на ньому немає відповідних об'єктів обліку (дохідні вкладення в матеріальні цінності, нематеріальні активи тощо). Видаляти такі «зайві» рахунки і субрахунки з програми, як правило, не припустимо – адже це може порушити внутрішню конфігурацію програми. З іншого боку, додавати нові рахунки також слід обережно – це може призвести до некоректного формування фінансової звітності. «Вивантаження» програмного варіанту плану рахунків та його коригування «вручну» з подальшим роздрукуванням отриманого робочого плану рахунків призводить до його невідповідності плану рахунків в комп'ютерній програмі, що є суттєвим порушенням ведення обліку. До того ж відсутність подвійного запису в бухгалтерських документах унеможливорює ведення обліку в типових комп'ютерних програмах.

Крім того, існує багато варіантів облікової політики з питань оцінки матеріально-виробничих запасів, які по-різному реалізуються в кожній конкретній комп'ютерній програмі. При цьому у конфігураціях багатьох типових програм з ведення бухгалтерського обліку неможливо обрати різні

способи списання матеріально-виробничих запасів, якщо вони віднесені до різних груп, хоча це і допускається законодавством. Проте в комп'ютерній програмі метод списання може бути тільки один для всіх видів і товарів, і матеріалів, і готової продукції. До того ж в програмі може бути обмежена кількість методів оцінки вибуття (найчастіше – це FIFO та середньозваженої собівартості).

Іншою проблемою невідповідності облікової політики підприємства можливостям бухгалтерських комп'ютерних програм може стати те, що порядок оцінки готової продукції при прийнятті її до обліку в комп'ютерних програмах, як правило, реалізований тільки за обліковою (нормативною, плановою) ціною. Якщо при цьому в обліковій політиці зазначена оцінка готової продукції за фактичною вартістю, то, коли фактична виробнича собівартість буде розрахована при закритті місяця, готова продукція на складі буде врахована за фактичною собівартістю, але оприбутковуватись готова продукція буде за встановленою обліковою ціною. Додатковим обмеженням може стати включення транспортно-заготівельних витрат за замовчуванням в фактичну вартість матеріалів.

Ще одне обмеження виникає, як правило, при визначенні способу нарахування амортизації, який згідно чинного законодавства може бути вказаний окремо для кожного прийнятого до обліку основного засобу або нематеріального активу, що не дозволяється налаштуваннями типових комп'ютерних програм для ведення обліку. Значна кількість обмежень з'являється і при формуванні облікової політики для цілей податкового обліку.

Найчастіше за межами можливостей налаштування бухгалтерських комп'ютерних програм залишаються та мають бути дописані користувачем самостійно правила документообігу і технології обробки облікової інформації, порядок контролю за господарськими операціями тощо. Це викликає певні незручності в роботі бухгалтерії підприємства та часто зумовлює необхідність в аутсорсингу, тобто залученні сторонніх фахівців, які мають навички та досвід в програмуванні. Звісно, це призводить до додаткових витрат часу і коштів

підприємства.

Таким чином, деякі окремі положення, необхідні для закріплення в обліковій політиці, можуть не враховуватись комп'ютерними програмами для ведення бухгалтерського обліку, бути відсутніми в налаштуваннях програм, а, отже, дотримання таких положень вимагає їх урахування і контролю вручну навіть при комп'ютеризації облікових процесів.

Для усунення такої невідповідності між обліковою політикою, яка затверджується наказом керівника, і фактичним застосуванням методів і способів ведення обліку з урахуванням особливостей використовуваної комп'ютерної програми необхідно проаналізувати затверджені положення облікової політики та дослідити можливості бухгалтерської програми. Такі дослідження необхідно проводити як при виборі або розробці комп'ютерної програми для ведення обліку, так і при розробці або зміні облікової політики. При виявленні невідповідностей потрібно у кожному конкретному випадку проаналізувати можливості їх усунення шляхом внесення змін до комп'ютерної програми, облікової політики або форми ведення обліку (виконання деяких облікових операцій частково або повністю вручну). При цьому оцінка і вибір оптимального рішення має базуватись на аналізі наступних факторів:

- 1) вплив на ефективність інформаційно-аналітичного забезпечення;
- 2) можливість отримання оновлень комп'ютерної програми ведення обліку та їх пристосування до внесених змін;
- 3) витрати робочого часу та необхідність навчання облікових працівників;
- 4) фінансові витрати, які мають бути понесені.

Наведені фактори мають бути розглянуті для умов коригування облікової політики підприємства, доопрацювання або заміни комп'ютерної програми ведення обліку на підприємстві, а також при запровадженні часткового ведення бухгалтерського обліку вручну. Зрозуміло, що практика ведення обліку на підприємстві, у тому числі із застосуванням комп'ютерної програми, обов'язково повинна відповідати затвердженому керівником наказу про облікову політику.

Список використаної літератури

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 р., № 996-XIV із змінами / Законодавство України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.
2. Зелікман В.Д., Удалих Г.С. Проблеми процесу формування облікової політики та шляхи їх вирішення / Сучасні проблеми обліку, аналізу, аудиту й оподаткування суб'єктів господарської діяльності: теоретичні, практичні та освітнянські аспекти: Збірник наукових праць за матеріалами III Всеукраїнської науково-практичної конференції (28-29 березня 2019 р.). Частина 1. – Дніпро: НМетАУ, 2019. – С. 122 – 127.
3. Наговіцина О.В. Формування та аналіз облікової політики комерційної організації: автореферат дис. ... канд. екон. наук: 08.00.12 / Наговіцина Ольга Володимирівна. – М., 2013. – 26 с.

*Ілляшенко К.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
katerina.illyashenko@tsatu.edu.ua*

ДЕДУКЦІЯ Й ІНДУКЦІЯ В СУЧАСНОМУ ЕКОНОМІЧНОМУ АНАЛІЗІ

Як і будь-яка інша наука, економічний аналіз використовує два важливі методи у своїх дослідженнях, формулюванні законів і принципів – дедуктивний і індуктивний. Давайте обговоримо важливість цих двох методів.

Дедуктивний, відомий як аналітичний абстрактний апріорний метод. Тут ми почнемо з деяких формальних даних і припущень. Потім за допомогою логічних міркувань ми прийдемо до певних висновків.

Слід розпочати з безперечних фундаментальних фактів і після додавання деяких припущень розкрити теорію. Наприклад, передбачається, що бізнесмени

прагнуть до максимального прибутку. Із цього випливає, що підприємці купують матеріали на найдешевшому ринку та продають їх на найдорожчому.

У дедуктивному методі економічного аналізу відбувається перехід від загального до частки. Це також відомо як гіпотетичний метод для деяких припущень, які можуть не відповідати фактичним реаліям, але дуже близько до фактів, які можуть бути використані в якості передумови для початку дослідження, міркування та складання висновків. Дослідження починається з дуже простих передумов і поступово виробляються більш складні гіпотези.

Повна форма дедуктивного методу складається із трьох етапів, а саме: спостереження, дедуктивні припущення, приклад і тестування за допомогою подальших спостережень. Дедуктивне мислення дає нам гіпотези або узагальнення. Якщо гіпотези перевіряються та верифікуються відповідно до фактів, то ми маємо дійсні економічні закони [1, с.99].

Переваги дедуктивного методу економічного аналізу:

1. Дедуктивний метод надзвичайно простий. Наприклад, закон, згідно з яким корисність, яку індивід одержує від товару, продовжує зменшуватися з кожним наступним додаванням, є очевидною істиною, з якої ми можемо зробити багато логічних висновків: чим більше грошовий запас, тим нижче повинна бути корисність грошей; багаті люди мають меншу граничну корисність грошей, ніж бідні люди, тому податки не повинні стягуватися пропорційно; якщо податки стягуються пропорційно, то втрати бідних будуть більше, ніж втрати багатих тощо. Таким чином, принцип прогресивного оподаткування виводиться із закону зменшення корисності за допомогою дедуктивного мислення.

2. Дедуктивний метод усуває необхідність експериментування. Оскільки економіка є соціальною наукою, експериментування може бути недоступно, як з технічними або природничими науками. Отже, краща альтернатива експерименту – це дедуктивне мислення (тобто, інтелектуальний експеримент).

3. Дедуктивний метод приводить до точності в узагальненні через логічне міркування. Цей метод дає дуже високий стандарт точності в абстрактних економічних конструкціях.

Недоліки дедуктивного методу економічного аналізу:

1. Дедукція заснована головним чином на припущеннях, які не мають практичних доказів. Якщо припущення невірні, то узагальнення, зроблені на їх основі, будуть недосконалими та недійсними. Усі економічні закони засновані на занадто великій кількості допущень, де є велика можливість здійснення помилок через неправильні гіпотези.

2. У дедукції багато абстракцій, що мають мало зв'язків з реальністю.

3. Дедуктивні узагальнення, які започатковані на невірних передумовах, будуть небезпечні, якщо вони претендують на універсальну значимість. Тому такий метод дуже обережно слід використовувати при прийнятті важливих управлінських рішень.

Індуктивний метод економічного аналізу – перехід від практичного ракурсу до загальної наукової проблеми. Спочатку збираються факти, упорядковуються та формуються висновки. Потім ці загальні висновки ще раз перевіряються з посиланням на факти.

Індуктивний метод звичайно пов'язаний зі статистичною формою індукції. Статистичний підхід має більш широке коло для економічних досліджень ніж метод експерименту. Крім того, для формулювання економічної політики метод статистичної індукції є необхідним.

Переваги індуктивного методу економічного аналізу:

1. Практичність, реалістичний погляд на факти.

2. Корисність при перевірці висновків дедуктивного методу.

3. Економічні закони при цьому методі не універсальні, а дійсні тільки за певних умов.

Недоліки індуктивного методу:

1. Коли дослідникам не вистачає зваженого судження, вони ризикують зробити поспішні висновки, засновані на неадекватних або недоречних фактах і даних.

2. Збір фактів в індуктивному процесі – це дуже складна та заплутана робота, що вимагає екстраординарного розуміння для того, щоб відокремити економічні фактори від неекономічних.

3. Проста індукція сама по собі не принесе користі, якщо її не доповнити дедуктивними міркуваннями. Без дедукції індуктивний метод призведе до одержання маси непов'язаних між собою фактів.

З вищесказаного ми можемо зробити висновок, що немає ніякого сенсу протиставляти один метод іншому. Ці два методи, дедуктивний і індуктивний, не конкурують, а доповнюють один одного по своїй природі, допомагаючи дослідникові. Вони повинні використовуватися у тандемі для досягнення необхідної мети аналізу.

Список використаної літератури

1. Ілляшенко К. В. Сучасні інформаційні методи аналізу даних. *Збірник наукових праць. Луцький національний технічний університет. Серія «Облік і фінанси»*. 2015. Вип. 12 (45). Ч. 2. С. 97-103.

*Керницька А.В., аспірант
ДУ «Інститут регіональних досліджень
імені М. І. Долишнього НАН України»
a.kernytska7@gmail.com*

ГНУЧКІ МОДЕЛІ УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС ПРОЦЕСАМИ КОМПАНІЙ НА ПРИКЛАДІ ФРЕЙМВОРКУ SCRUM

У сучасних умовах стрімкого розвитку інформаційних технологій та їх широкого впровадження в усі сфери економіки та суспільства, розвитку бізнес-взаємодії, орієнтації на світові стандарти менеджменту якості, проблеми

управління підприємствами потребують подальших досліджень. Зокрема, на даний момент потребують більшої уваги питання щодо правильного вибору методики розробки та управління бізнес-процесами, оскільки чим досконалішою є методика управління, тим ефективніший вплив управління на процес виробництва (надання послуг). Для цього методика управління повинна відповідати певним вимогам, тобто бути:

1) адаптивною (здатною пристосуватися до змін зовнішнього середовища);

2) гнучкою, динамічною (здатною миттєво реагувати на зміну попиту, вдосконалення технології виробництва, появу інновацій).

Для досягнення цієї мети на певних етапах можливо ініціювати реінжиніринг, зокрема впровадження перепроєктованих процесів, що передбачає інтеграцію і тестування розроблених процесів і підтримуючої інформаційної системи, навчання співробітників, встановлення інформаційної системи, перехід до нової роботи компанії [1, с. 104].

Ми вважаємо, що в таких умовах доцільним є застосування гнучких моделей управління бізнес процесами.

Розглядаючи гнучку методологію, сьогодні велику увагу приділяють «Agile». Agile – система ідей і принципів «гнучкого» управління проектами, на основі яких розроблені популярні методи Scrum, Kanban, Lean та інші. Ключовий принцип – розробка через короткі ітерації (цикли), в кінці кожного з яких замовник (користувач) отримує робочий код або продукт. Зауважимо, що в чистому вигляді окремі методи зустрічаються вкрай рідко. Найчастіше компанії поєднують ті частини гнучких систем, які їм найбільше підходять.

Для прикладу, ряд підприємств в Україні та СНД беруть на озброєння методологію Lean. Вона ще носить назву ощадливе виробництво – це ефективна концепція менеджменту, суть якої полягає в оптимізації бізнес-процесів за рахунок максимальної спрямованості на інтереси та потреби клієнта (ринку) та обліку мотивації кожного працівника [2, с. 13]. Впровадження методології ощадливого виробництва в ідеалі дозволяє вирішити цілий ряд

основних проблем, з якими повсякденно стикається більшість підприємств: досягти високої якості при мінімальних витратах, скоротити терміни виготовлення продукції, уникнути перевиробництва, врегулювати поставку. Мета методології Lean production полягає в побудові виробництва, здатного швидко відповідати на вимоги споживачів і отримувати прибуток при будь-якій зміні ринку, в тому числі при падінні попиту.

Разом з тим не слід забувати, що спрямованість на потреби клієнта часто призводить до повної трансформації вже існуючого продукту. І якщо для розробки, до прикладу, програмного забезпечення таке ведення бізнесу та побудови роботи всередині ще є прийнятним, то для галузей важкої промисловості, літако-, судно- або автобудування наслідування таких принципів може призвести до великих матеріальних збитків.

Розглянемо більш детально методологію Scrum, яку зараз широко застосовують для продуктів, сервісів та управління організаціями, та особливості її застосування промисловими підприємствами. Якщо звернутися до визначення цього поняття, то Scrum (з англ. штовхання, сутичка навколо м'яча в регбі) – це підхід, який дозволяє вирішувати складні адаптивні проблеми, і водночас продуктивно та творчо розробляти продукти найвищої якості [3, с. 4].

Scrum ґрунтується на теорії управління емпіричними процесами або емпіризмі. Емпіризм стверджує, що знання приходить з досвідом, а прийняття рішень має відбуватись на підставі того, що вже є відомим. Scrum використовує ітеративний, інкрементальний підхід для оптимізації прогнозованості та управління ризиками. Три основні принципи лежать в основі реалізації контролю за емпіричним процесом: прозорість (transparency), перевірка (inspection) та адаптація (adaptation) [4, с. 4]. Детальний опис Scrum методології викладено у посібнику [4], тому акцентуємо увагу на її застосуванні у промислових компаніях.

Існують точки зору, що фреймворк Scrum підходить не для всіх команд і організацій, тому що пропонований процес може не підійти для розробки

конкретного продукту – наприклад промислового верстата або спорудження будівлі [3].

Однак прикладами успішного застосування Scrum у промисловій сфері є найвпливовіші компанії на ринку товарів і послуг – Honda, Fuji-Xerox, Toyota, General Motors, Schenker, DHL. Внаслідок запровадження Scrum-підходу відбулися позитивні зміни у функціонуванні перелічених компаній. Siemens Corporate Technology також використовує Scrum у виробництві. При чому в цій компанії розмір команди становить 13 учасників, а не 7-9, як рекомендують у класичному творі [4] автори Scrum. Проте, враховуючи специфіку виробництва, команди змушені ставати ширшими. Впровадивши Scrum, компанія Siemens почала виготовляти партії втричі швидше за рахунок незначного зменшення кількості партії товарів. Таким чином застосування даного підходу дозволило Siemens виготовляти продукти швидше, функціонувати ефективніше, а також поліпшити свою конкурентну позицію [5, с. 932].

Базовими позиціями доцільності та необхідності використання відповідних технологій проектного менеджменту для великих промислових підприємств (для яких головну роль грає «масштаб») є: підвищення продуктивності, мотивації до праці, скорочення непродуктивних втрат часу і ресурсів, продумана інтенсифікація виробництва.

За результатами дослідження позитивних змін у результатах роботи світових провідних промислових компаній-виробників, які почали використовувати Scrum, можна зробити висновок, що українським компаніям також варто ввести цей фреймворк в свою методологічну систему координат управління. Однак ми розуміємо, що реалізовувати Agile та Scrum в українських реаліях досить складно з огляду на те, що цінності та принципи цих методологій суперечать усталеній роками бюрократичній ієрархії, де все контролюється та беззаперечно підпорядковується.

Оскільки названий інноваційний підхід до управління бізнес процесами на промислових підприємствах є більш ефективним та здатним забезпечити їх кращу адаптованість до динамічних умов розвитку світового ринку, то потрібно

стимулювати якнайшвидші зміни вітчизняних систем управління. При цьому слід враховувати, що гнучкі моделі Agile, як і будь-яка інша методологія, мають свої переваги та недоліки, і тільки проаналізувавши співвідношення перших із другими в кожній конкретній ситуації, слід приймати виважене рішення щодо її впровадження.

Список використаної літератури

1. Данченко О.Б. Практичні аспекти реінжинірингу бізнес-процесів / О.Б. Данченко. – К.: Університет економіки та права «КРОК», 2017. – 238 с.
2. Бек О. М. LEAN-менеджмент як інноваційний підхід до управління виробництвом / О. М. Бек, І. Петецький // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Логістика. – 2017. – № 863. – С. 12-16. – Режим доступу до ресурсу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPL_2017_863_4.
3. Agile в дії: чи для кожної компанії це стане у пригоді? [Електронний ресурс] // Карина Комса. – Режим доступу до ресурсу: <https://mind.ua/publications/20178767-agile-v-diyi-chi-dlya-kozhnoyi-kompaniyi-ce-stane-u-prigodi>
4. Посібник зі Скраму™. Повний навчальний посібник зі Скраму: правила гри [Електронний ресурс] // Кен Швабер, Джефф Сазерленд. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v2017/2017-Scrum-Guide-Ukrainian.pdf>
5. Кулініч Т. В. Застосування підходу Scrum на великих промислових підприємствах / Т. В. Кулініч, Л. І. Болібрux // Молодий вчений. – 2017. – № 10. – С. 930-933. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2017_10_213.

Коваленко Т.В., студентка

*Жилінська О.І., д.е.н., професор,
професор кафедри менеджменту
інноваційної та інвестиційної діяльності
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Kovalenko.t.v.1@gmail.com*

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ БЕНЧМАРКІНГУ

Нині ринкове середовище характеризується високим рівнем турбулентності та невизначеності. Відбувається посилення конкурентної боротьби між сучасними організаціями в умовах глобалізації світової економіки, системного вдосконалення та якісного покращення бізнес-процесів, що актуалізує питання конкурентоспроможності підприємств.

Управління конкурентоспроможністю займає лівову частку у здобутті та підтримці стійких позицій підприємства на внутрішньому та зовнішніх ринках у довготерміновій перспективі.

З метою створення та набуття конкурентних переваг, якісного вдосконалення усіх бізнес-процесів сучасним підприємствам необхідне систематичне оцінювання та порівняння свого підприємства з конкурентами, підприємствами-партнерами та лідерами галузі. На основі результатів проведеного дослідження та набутого досвіду вчитися методам підвищення конкурентоспроможності підприємства. Даний підхід широко відомий у світі бізнесу як бенчмаркінг. Нині він є одним із найважливіших інструментів оперативного, тактичного та стратегічного аналізу. Бенчмаркінг дає змогу комплексно проаналізувати ринкову ситуацію, оцінити конкурентні позиції підприємства порівняно з іншими гравцями на ринку та на основі отриманих результатів прийняти управлінське рішення.

На відміну від конкурентного аналізу бенчмаркінг більш впорядкований, пристосований до сучасних ринкових умов, так як уможливорює визначення та встановлення цільових, еталонних параметрів діяльності підприємств для забезпечення його стабільного розвитку. З точки зору інноваційної діяльності підприємств – дає змогу мінімізувати створення псевдоінновацій, шляхом дослідження та переймання найкращого досвіду інших підприємств.

У табл. 1 на основі аналізу наукових джерел здійснено порівняння, за допомогою визначеної системи параметрів, бенчмаркінгового підходу та конкурентного аналізу.

Таблиця 1

Порівняння бенчмаркінгового підходу та конкурентного аналізу*

Параметр	Бенчмаркінговий підхід	Конкурентний аналіз
Мета	Порівняти власне підприємство з лідером, або еталоном аби ідентифікувати засоби досягнення конкурентних позицій, після чого адаптувати ці бізнес-процеси для підвищення ефективності діяльності свого підприємства.	Збір, відображення та аналіз даних про діяльність конкурентів, розробка ефективних управлінських рішень для отримання на ринку конкурентних позицій.
Методологія	Розуміння механізму, порівняння процесів, ідентифікація позитивних рішень.	Оцінювання діяльності, порівняння витрат, кількісні прогалини.
Принципи	Використання внутрішніх та зовнішніх знань, участь всього персоналу.	Дослідження здійснюється ззовні, участь керівників вищої ланки управління.
Джерела інформації	Підприємства-лідери в галузі, поза галуззю, конкуренти, внутрішні підрозділи.	Галузеві експерти й аналітики, безпосередні конкуренти.
Сфера діяльності	Прямі конкуренти, галузеве порівняння.	Галузеві конкуренти, міжгалузеві конкуренти.
Предмет	Характеристики організації, які впливають на конкурентоспроможність та забезпечують її.	Стратегія конкурентів.
Об'єкт	Методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів).	Товари, послуги та ринки.
Періодичність	Здійснюється безперервно.	Залежно від проблем.
Масштаби дослідження	Середні, не передбачають використання потужної ресурсної бази (кадрової, фінансової).	Значні, потребують залучення великої кількості ресурсів.
Обмеження	Відсутні.	Галузь або ринок.

* Розроблено автором за матеріалами [1, 5, 6]

Із таблиці видно, що головна мета проведення конкурентного аналізу – розробка, дослідження та подальше вдосконалення конкурентної стратегії, тоді як бенчмаркінг фокусується на наступних питаннях: хто є лідером, що, яким способом і з якими результатами вони здійснюють свою діяльність. Підходи є комплементарними, і з виділених параметрів (див. табл. 1) зрозуміло, чому бенчмаркінг є логічною еволюцією конкурентного аналізу до динамічного використання інформації.

Як показує практика, найбільш досвідчені в бенчмаркінгу організації вимірюють операційні та фінансові результати від впровадження інновацій.

Ефект, який отримує підприємство, від використання технології бенчмаркінгу значно перевищує зусилля і витрачені на нього кошти. Зміст даного ефекту полягає в тому, що бенчмаркінг: створює систему безперервного вдосконалення, зменшує витрати на процес підвищення результативності діяльності підприємства, створює підприємству конкурентні переваги, забезпечує більш оперативний та менш ризиковий підхід до здійснення важких завдань, дає змогу здійснити великомасштабні покращення, фокусується на впровадженні кращих світових практик, підвищує прагнення до змін.

Використовуючи бенчмаркінг, можна спостерігати прямий і непрямий ефект для підприємства. Прямий ефект полягає в: аналізі діяльності підприємства, порівнянні як підрозділи самого підприємства між собою, так і підприємства одне з одним; виділенні кращі досягнення; виявленні недоліків у виробництві; оцінювання альтернативних рішень.

До прояву непрямого ефекту від використання бенчмаркінгу відносять: формування уявлення про бізнес-процеси на власному підприємстві, встановлення підприємницьких цілей, додаткова перевірка підприємницьких стратегій, підвищення конкурентоспроможності підприємства, ініціація процесу постійного вдосконалення діяльності підприємства [6].

На основі статистичного підходу може бути розрахований синергічний ефект [2, 3, 4]:

$$E_{\text{синер}}^{\beta-m} = \left[\sum_{i=1}^n E_i \pm \Delta E_i^{\beta-m} \right] K_{\text{ц}}^{\beta-m} K_{\text{чр}}^{\beta-m}, \quad (1.1)$$

де $E_{\text{синер}}^{\beta-m}$ – підсумковий економічний ефект від застосування конкурентно-синергічного бенчмаркінгу з урахуванням синергетичного впливу;

E_i – економічний ефект підприємства від формування та використання i -ї конкурентної переваги;

$\Delta E_i^{\beta-m}$ – додатковий економічний ефект бенчмаркінгового походження від накладання дії окремих конкурентних переваг;

n – кількість конкурентних переваг підприємства, за якими з'явилася синергетична взаємодія в результаті проведення бенчмаркінгу;

$K_{\text{ц}}^{\beta-m}$ – коефіцієнт цінових коливань в результаті проведення бенчмаркінгу;

$K_{\text{чр}}^{\beta-m}$ – коефіцієнт коливань частки ринку в результаті проведення бенчмаркінгу.

Одними з найпоширеніших методів кількісного аналізу, що нині використовуються для обчислень у бенчмаркінгу є регресійний аналіз й аналіз середовища функціонування (АСФ). За допомогою регресійного аналізу дослідник здійснює оцінювання результатів функціонування, які може досягти підприємство з середніми показниками. АСФ дає змогу оцінити рівень витрат компанії та її ефективності, який має бути досягнутий у ринковому середовищі. АСФ може бути використаний для стимулювання підприємств, витрати яких близькі до граничного рівня ефективності з додатковими прибутками [4]. Також у бенчмаркінгу можливе використання стохастичного граничного аналізу, метою якого є виявлення низької або високої продуктивності.

Таким чином, було проведено дослідження бенчмаркінгового інструментарію, що включало в себе: визначення мети бенчмаркінгу, ідентифікацію ключових переваг від використання методу та додаткових стратегічних переваг, виявлено два рівні, на яких бенчмаркінг може бути

здійснений для управління конкурентоспроможністю підприємств, а також систематизовано принципи проведення бенчмаркінгу. Визначено об'єкти, на які спрямовується бенчмаркінгова діяльність. Аналізуючи наукову літературу, узагальнено цілі та завдання бенчмаркінгу та здійснено опис ключових елементів методу. Розкрито зміст прямих і непрямих ефектів, які підприємство може отримати від використання бенчмаркінгу.

Список використаної літератури

1. Кирич Н., Шведа Н. Оцінювання сприйнятливості до нововведень як етап бенчмаркінгового проекту машинобудівних підприємств України // Галицький економічний вісник. 2013. № 3 (42). С. 118 – 125.

2. Перерва П. Г., Коболєва Т. О., Ткачова Н. П. Підвищення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на засадах синергетичного бенчмаркінгу // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. 2015. № 819. С. 167 – 174.

3. Перерва П. Г., Ткачова Н. П. Бенчмаркінг конкурентних переваг // Економічний вісник НТУУ «КПІ». 2016. № 13. С. 290 – 295.

4. Перерва П. Г., Ткачова Н. П. Синергичний ефект бенчмаркінгу конкурентних переваг // Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4, Т.1. С. 55 – 66.

5. Тягунова Н. М., Іржавська Л. В. Управління бенчмаркінгом торговельних підприємств споживчої кооперації // Торгівля, комерція, підприємництво. 2015. Вип. 18. С. 62 – 66.

6. Харченко Т. Б. Впровадження бенчмаркінгу як інструменту управління якістю «Молодий вчений» №6 (33) червень, 2016 р. С. 128 – 131.

*Кожухівська Р.Б., к.е.н, доцент,
доцент кафедри туризму та
готельно-ресторанної справи
Уманський національний університет садівництва
ray80@ukr.net*

ЗАХИСТ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ ІНСПЕКТУВАННЯ СУБ'ЄКТІВ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ

Проблема захисту прав споживачів – це комплексна, багатоаспектна проблема, яка безпосередньо пов'язана зі зміцненням національної безпеки держави та захистом її громадян. Вона стосується усього ланцюга виробничих відносин: товаровиробник-торгівля-споживач, і в кожній ланці цих відносин має свої специфіку й особливості.

Здійснення інспектування торговельної мережі, закладів ресторанного господарства, побуту та інших суб'єктів підприємницької діяльності пов'язано з проведенням цілої системи заходів, спрямованих на попередження порушень прав споживачів [1]. Йдеться про дотримання суб'єктами господарювання, громадянами-підприємцями вимог законів, законодавчих актів, постанов уряду, правил, нормативно-технічної документації.

Найпоширеніші форми контрольної роботи – перевірки. Їх мета – виявити недоліки і порушення, встановити умови їх виникнення. Основна мета контролю – виправлення виявлених недоліків, припинення порушень прав споживачів, усунення причин, що їх спричинили. Недоліки та порушення, виявлені під час перевірки, повинні бути документально підтверджені й доказані. Для цього використовують оригінали документів, копії оригіналів документів, проміжний акт, офіційні довідки, пояснення посадових осіб тощо.

Торговельна діяльність – це ініціативна, самостійна діяльність юридичних осіб і громадян для здійснення купівлі та продажу товарів народного споживання з метою отримання прибутку [2, с.122].

Контроль за порядком заняття торговельною діяльністю включає перевірку:

- наявності свідоцтва про державну реєстрацію, торгового патенту, ліцензії на торгівлю окремими видами товарів;
- документів, які підтверджують відповідність виробничого приміщення для здійснення торговельної діяльності необхідним екологічним, санітарно-гігієнічним умовам, умовам протипожежної охорони;
- наявності у торговельному приміщенні асортиментного переліку товарів, чинних санітарних і ветеринарних правил, правил продажу товарів та іншої необхідної нормативно-технічної документації та дотримання встановлених у них вимог;
- продажу товарів громадянам чистою вагою і повною мірою; засобів вимірювання;
- наявності інформації про підприємство та дотримання режиму роботи (стаціонарної та виїзної торгівлі);
- наявності інформації про товари та послуги [3].

Контроль за дотриманням правил торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами починають із контрольної закупівлі зазначених товарів по одному-два зразки декількох найменувань. Контроль включає такі етапи:

- перевірка правильності розрахунку зі споживачами, проведення грошей через ЕККА, видачу касового чека;
- перевірка ліцензії на право торгівлі алкогольними товарами та тютюновими виробами;
- перевірка наявності супровідних документів;
- перевірка марок акцизного збору;
- перевірка маркування товару;
- перевірка якості товару чи послуги [3].

Зкладами ресторанного господарства є: фабрики-кухні, фабрики-закусочні, ресторани, бари, кафе, їдальні, закусочні, буфети, відділи кулінарії, відкриті літні торгові площадки та магазини, кіоски та інші об'єкти.

Основні завдання інспектування закладів ресторанного господарства:

- перевірка організації торговельного і виробничого процесу;

- перевірка якості і безпеки продовольчих товарів, страв, кулінарних та кондитерських виробів;
- дотримання культури обслуговування, правил роботи;
- підтримка підприємств у відповідному санітарному стані.

Згідно з п. 12 ст. 5 Закону України «Про захист прав споживачів», територіальним органам у справах захисту прав споживачів надано право накладати адміністративні стягнення у вигляді штрафів на винних осіб у випадках, передбачених законодавством [4].

Форми контролю мають свої особливості, які необхідно враховувати в роботі службовцям державних органів контролю для забезпечення реалізації політики захисту прав споживачів.

Найпоширенішими формами контрольної роботи слід вважати перевірки. Остаточна мета контролю – виправлення виявлених недоліків, припинення порушень прав споживачів, усунення причин, що їх спричиняють. Перевірка з'ясовує, чи дотримано нормативних актів, які регламентують діяльність суб'єктів господарювання сфери торгівлі, громадського харчування і послуг, ретельно аналізує документацію, описує фактичний стан справ.

Отже, розбудова незалежної держави, впровадження в її економіку ринкових відносин зумовили необхідність розробки в Україні ефективного механізму захисту прав та законних інтересів споживачів. Створення такого механізму має на меті вироблення та прийняття загальнодержавної програми з питань захисту прав споживачів, яка повинна визначити політичні, правові, соціально-економічні та організаційно-структурні засади забезпечення такого захисту.

Список використаних джерел:

1. Пиріг О.А. Ринок і торгівля в Україні: Іст. аспект. Київ, 1996. URL: <http://history.org.ua/JournALL/journal/1998/5/18.pdf> (дата звернення 10 березня 2020 р.).
2. Прокопів Ю.В. Міжнародні стандарти якості в Україні та їх важливість в управлінні організацією. Молодий вчений, №11, 2015, С.120-125.

3. Окрепилов В.В. Качество – ключевая проблема экономики. URL: <http://eq-journal.ru/pdf/01/%D0%9E%D0%BA%D1%80%D0%B5%D0%BF%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B2%20%D0%92%D0%92.pdf> (дата звернення 10 березня 2020 р.).

4. Про захист прав споживачів: Закон України (Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, №30, ст.379). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12> (дата звернення 10 березня 2020 р.).

Колесник С-В.П., студент

*Максименко Д.В., к.е.н.,
доцент кафедри обліку, оподаткування
та менеджменту
Мукачівський державний університет
dvmaksym@gmail.com*

ОРГАНІЗАЦІЯ АНАЛІЗУ ОБОРОТНИХ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВА

Раціональне формування та ефективне використання оборотних засобів у сучасних умовах є досить актуальною проблемою для багатьох підприємств. Фінансовий стан підприємства багато в чому залежить від оптимальності структури активів підприємства (співвідношення необоротних і оборотних активів).

Оборотні активи — грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу [1]. Значну частку оборотних активів на підприємствах складають запаси – предмети праці, що призначені для обробки, переробки, використання у виробництві для господарських потреб, а також засоби праці, які підприємство включає до складу малоцінних та швидкозношуваних предметів.

Запаси — це продукція виробничо-технічного призначення, споживчі й інші товари, що перебувають на різних стадіях виробництва й обігу, та очікують вступу в процес виробничого або особистого споживання. Запаси складають значну частку оборотних активів на підприємствах.

Норма запасу — мінімальна кількість матеріальних ресурсів, що забезпечує безперервність виробництва й обігу.

Показники запасу в економіці - показники матеріальних або грошових залишків, які можна виміряти на певний момент часу. Слід відрізнити від показників потоку, які вимірюються як обсяг матеріалів або грошей за період часу. Запаси – це активи, які:

- зберігаються для продажу за умов звичайної господарської діяльності, або
- знаходяться в процесі виробництва для такого продажу, або
- призначені для споживання у виробничому процесі чи при наданні послуг.

Фінансовий стан підприємства знаходиться в безпосередній залежності від того, наскільки швидко засоби, вкладені в активи, перетворюються в реальні гроші. Оборотні активи, будучи призначеними для реалізації або споживання, можуть неодноразово змінювати свою форму (матеріально-речовинну на грошову, і навпаки) протягом одного операційного циклу підприємства.

Аналіз оборотних активів здійснюють з метою забезпечення такої організації, щоб забезпечити ефективність їх використання. Зазначений аналіз здійснюють за такими напрямками:

- 1) аналіз складу та структури оборотних активів;
- 2) оцінка оптимальності визначеної потреби підприємства в оборотних активах;
- 3) аналіз джерел формування оборотних активів;
- 4) оцінка маневрування оборотними активами;
- 5) аналіз оборотності оборотних активів за звітний період;
- 6) аналіз виробничих запасів і дебіторської заборгованості;

7) аналіз грошових коштів на підприємстві;

8) аналіз збереження та ефективного використання оборотних активів [1].

Аналіз оборотних активів за даними бухгалтерської звітності спрямований на вивчення їх складу, структури, ступеня ліквідності. З метою поглибленого аналізу при наявності необхідної інформації доцільно згрупувати всі оборотні активи по категоріях ризику. Наприклад, ймовірність того, що дебіторську заборгованість легше реалізувати (перетворити в грошову форму), ніж незавершене виробництво, або витрати майбутніх періодів, значно вище. При цьому слід враховувати область застосування того або іншого виду оборотних коштів. Активи, які можуть бути використані тільки з певною метою, мають більший ризик (меншу ймовірність реалізації), ніж багатоцільові. Чим більше коштів вкладено в активи, що потрапили в категорію високого ризику, тим нижче ліквідність організації. Такий аналіз може бути проведений особою, що володіє інформацією про стан оборотних активів.

Крім того, доцільно оцінити тенденцію зміни співвідношень важко реалізованих активів і загальної величини активів, а також важко - і легко реалізованих активів. Тенденція названих співвідношень до зростання вказує на зниження ліквідності.

При проведенні такого аналізу слід пам'ятати, що підрозділ оборотних коштів на важко - і легко реалізовані не може бути постійним, він змінюється зі зміною конкретних економічних умов. Наприклад, в умовах нестабільності постачання організації зацікавлені вкладати грошові кошти у виробничі запаси та інші види товарно-матеріальних цінностей, ринкові ціни на які стабільно зростають, що дає підставу зарахувати активи зазначеної групи до легко реалізованих.

Основною інформаційною базою для аналізу оборотного капіталу є фінансова звітність підприємства.

Метою управління оборотними коштами є визначення їх обсягу і структури, а також джерел їх покриття і співвідношення між ними, достатнього

для забезпечення довгострокової виробничої і ефективної фінансової діяльності підприємства.

Стратегія і тактика управління оборотними засобами є пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності та ефективністю роботи. Це ставить перед підприємством необхідність вирішення двох важливих завдань:

1. Забезпечення платоспроможності.
2. Забезпечення прийняттого обсягу, структури і рентабельності активів [2].

Будь-яка рекомендація, пов'язана з визначенням рівня грошових коштів, дебіторської заборгованості і товарів, розглядається як з позиції рентабельності даного виду активів, так і з позиції оптимальної структури оборотних коштів.

При недостатньому аналізі та контролі оборотних активів можуть виникнути такі ризики, обумовлені обсягом і структурою оборотних коштів:

1. Недостатність товарів - ризик додаткових витрат або зупинення діяльності підприємства.
2. Недостатність власних кредитних можливостей - ризик втрати ліквідності.
3. Недостатність грошових коштів. - Ризик переривання виробничого процесу, невиконання зобов'язань, втрат додаткового прибутку.
4. Зайвий обсяг оборотних коштів. - Ризик збільшення витрат фінансування та скорочення доходів.

Оборотні активи - найважливіша економічна категорія, яка відображає вартісну оцінку оборотних коштів організації, оптимальність обсягу, склад і структура яких значною мірою впливають на стабільність її фінансового становища.

Список використаної літератури

1. Маргасова В. В. Ефективне формування та використання оборотних коштів /Маргасова В.В.//Сіверянський літопис. - 2007. - №1(31). - С. 214-215.
2. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства. Навчальний посібник./Мец В.О.- К.: Вища шк., 2003.-278 с.

*Колодійчук А.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту туристичного
та готельно-ресторанного бізнесу
Ужгородський торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету
kolodiychuka@i.ua*

ІГРОВІ ТА ЕКСПЛІКАТИВНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУВАННЯ РИЗИКІВ У МАКРОЕКОНОМІЦІ

Ризики не є простою категорією в царині нормального функціонування соціально-економічної сфери, а їх дослідження в більшості випадків – це складний і багатоступеневий процес, який потребує з'ясування багатьох причинно-наслідкових зв'язків. У повній мірі це підтверджується на рівні національного господарства. Для вирішення цих завдань прикладної макроекономіки потрібно використовувати ігрові та експлікативні (аналітичні) методи аналізу економічних ризиків.

Ігрові методи аналізу економічних ризиків являють собою усталений набір операцій над елементами платіжної матриці залежно від поставленої задачі за тим чи іншим критерієм. Ці критерії можна об'єднати у три великі групи: 1) ігрові методи в умовах невизначеності; 2) ігрові методи в умовах ризику; 3) багатокритеріальні ігрові моделі з множиною цілей (багатоцільові ігрові моделі прийняття управлінських рішень).

До першої групи відносяться критерій гарантованого результату Вальда, критерій оптимізму та песимізму, критерій ризику Севіджа, критерій співвідношення оптимістичного та песимістичного критеріїв Гурвіца. До другої групи належать критерій Байеса відносно виграшів і ризиків та його модифікація – критерій варіації значень елементів функціонала оцінювання, критерій максимальної імовірності, критерій Лапласа [4] відносно виграшів й ризиків. Третю групу становлять в першу чергу критерій мінімальної відстані між кубами інформації Хеммінга, метод аналізу ієрархій, а також модифікація останнього – ігровий розпливчастий метод аналізу ієрархій. До класу ігрових

моделей належать моделі коаліційних ігор, моделі матричних ігор, моделі неперервних ігортощо.

Аналітично-сценарні (сценаріотехнічні) методи дозволяють визначити поточний стан прогнозованого об'єкта, спрогнозувати його майбутній розвиток і, що найбільш важливо, забезпечують широкі можливості для коригування такого розвитку у бажаному для управляючого суб'єкта напрямку. Власне на такому підході ґрунтується складання будь-якої регіональної, галузевої чи національної стратегії соціально-економічного розвитку.

В даній групі варто виділяти наступні методи: метод сценарних матриць (матриці перехресного впливу подій), сценарний метод Байеса, метод критичного поля, метод «дерева причин» та «дерева рішень», метод системи діаграм Р. Акоффа, метод посилянь на минулий досвід, метод знакових подій, метод «побудови розповідей», метод модифікації офіційно задекларованого майбутнього, ієрархічно-логічний метод розгортання можливого розвитку, комплексні та комбіновані методи, базовані на сценарних підходах (синоптичний метод, тобто метод ітераційного об'єднання окремих сценаріїв).

До підгрупи експлікативних (аналітичних) методів належать кількісні процедури факторного, дисперсійного, кореляційно-регресійного, кластерного та дискримінантного аналізу, а також якісні методики історико-логічного аналізу, аналізу публікацій, патентних інформаційних ресурсів, що використовуються при підготовці та розробці сценаріїв розвитку аналізованого об'єкта – носія ризику. Серед методів аналогій найбільш важливими є метод історичних аналогій та метод математичних аналогій, зрідка користуються методом фізичних аналогій, методом біологічних аналогій, а також методом хімічних аналогій, який у свою чергу заснований на використанні інструментарію математичних методів фізичної хімії у дослідницьких задачах макроекономічної динаміки. Окрему підгрупу методів становлять методи аналогового моделювання, до яких належать методи аналогового графічного відображення залежностей та аналоговий метод побудови організаційних схем (економічних процесів, управління).

Евристичні методи аналізування соціально-економічних та економічних ризиків макрогосподарської дійсності можна поділити на три типи: 1) творчі методи спроб і невдач; 2) лабіринтні евристичні методи і прийоми; 3) евристичні методи ціленаправленого пошуку. До другого типу належать ділові ігри, кейс-метод, кібернетичні наради, метод інверсії, метод спрощення (редукції), метод ідеалізації, аналоговий (метод фокальних об'єктів, асоціативний метод тощо) та експертний (брейнстормінг, конференція ідей, метод консиліумів, метод інтеграції рішень, синектичні засідання та ін. методи). До третього типу відносяться складання алгоритмів рішення винахідницьких задач, а також морфологічний аналіз. Групи факторно-статистичних методів та методик *conjoint*-аналізу дослідження ризиків дають змогу виконувати процедури кількісного та якісного причинно-наслідкового аналізу результуючого показника або системи результуючих показників. Сукупність факторних методів у системі інструментарію прогнозування при детермінованому типі залежності між незалежною та залежною змінними становлять: метод ланцюгових підстановок, метод скорочених підстановок, метод абсолютних різниць, метод відносних різниць, індексний, метод диференціального числення, інтегральний та логарифмічний методи. Зазначимо також, що у випадку наявності кореляційного зв'язку між факторним показником та навантаженням, застосовуються факторно-економетричні, або кореляційно-регресійні методи прогнозування.

Проте більш серйозні задачі дослідження макроекономічного розвитку здатні вирішувати економетричні методи й моделі. Їх можна розділити на три основні групи: 1) матричні методи; 2) прості економетричні моделі та функції (прикладні статистичні моделі першого порядку); 3) складні (комплексні) економетричні моделі (прикладні статистичні моделі другого порядку).

До першої групи належать метод найменших квадратів, а також його узагальнений варіант, методи кореляційно-регресійного аналізу, метод виявлення й оцінювання автокореляції, алгоритм виявлення мультиколінеарності Фаррара-Глобера, метод головних компонент для

нівелювання мультиколінеарності пояснювальних (незалежних) змінних, методи оцінки параметрів авторегресійної моделі Дарбіна, Ейткена та Кочрена-Оркатта, ітераційний метод, алгоритм Уолліса та метод інструментальних змінних для оцінювання параметрів лагових (часових) моделей, методи оцінювання наявності гетероскедастичності, тобто зміни дисперсії залишків при кожному спостереженні (параметричний та непараметричний тести Гольдфельда-Квандта, тест Глейсера, метод мі-критерію), до другої групи – модель простої регресії (причому яка може бути виражена у вигляді лінійної, гіперболічної, параболічної або степеневі залежності), модель лінійної багатофакторної регресії, лагові моделі, AOV- та ACOV-моделі [2] (тобто моделі з якісними та якісними і кількісними змінними відповідно), моделі з *dumny*-змінними (тобто з бінарними значеннями наявності / відсутності якоїсь певної якісної ознаки), GARCH-моделі фінансових часових рядів, виробничі функції типу Кобба-Дугласа, моделі попиту й пропозиції на ринку досконалої конкуренції, крива Лаффера, логістична крива, модель співвідношення між витратами і національним доходом «кейнсіанський хрест», діаграма одночасного досягнення макроекономічної рівноваги на товарному та грошовому ринках «IS-LM», крива Гомперця, крива Перла та інші s-подібні криві, смуги Боллінджера (демонструють поточні відхилення рівня цін акцій, валют, товарів на базі стандартного відхилення від простої ковзної середньої) тощо. Так, наприклад, крива Гомперця [3] придатна для прогнозу динаміки кількості об'єктів інфраструктури ІКТ, зокрема чисельності Інтернет-користувачів, абонентів мобільного зв'язку та ін.

Враховуючи те, що поширення інформаційних потоків в комунікаційних системах може носити характер дифузії, зобразити ці процеси можна за допомогою кривої Перла. Криві досвіду яскраво відображають вплив трендів інноваційної активності на співвідношення «витрати-випуск» виробників смартфонів. Представлені на українському ринку виробники «LG», «Samsung», «Sony», «Apple», «HTC», «Lenovo», «Meizu», «Asus», «Bravis», серії смартфонів «Lumia» від «Microsoft», «Prestigio» від «ASBIS» та «QOMO» від

«QOMOHiteVision» завдяки технологічним удосконаленням і маркетинговим нововведенням ведуть цінову конкуренцію між собою.

Яскравим прикладом може слугувати «новий» смартфон «AsusZ012D» (був представлений у квітні 2016 р. на міжнародній виставці «Computex 2016»), котрий по суті являється модифікацією одного з попередніх пристроїв цієї ж корпорації. При цьому у нього навіть менш продуктивна мобільна система на кристалі SoC «Snapdragon 625» з вісьмома ядрами «Cortex-A53» і «GPUAdreno 506» [1]. У той же час перспективі смартфони «Nexus 6P» (спільно з «Huawei») та «Nexus 5X» (спільно з «LG») від компанії «Google», яка не має значного досвіду випуску смартфонних пристроїв (з 2015 р.), завдяки удвічі швидшому процесу зарядження порівняно з «iPhone 6s Plus», новому USB-порту «Type-C», а у останнього й камері, здатній робити високоякісні знімки в умовах низької освітленості, зможуть подолати значний вплив цінового бар'єру і великою мірою нейтралізувати переваги вищеназваних конкурентів, які впливають з їхніх кривих досвіду.

Список використаної літератури

1. Один зі смартфонів Asus лінійки ZenFone 3 отримає SoCSnapdragon 625 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pingvin.pro/>
2. Fisher R.A. The Correlation Between Relatives on the Supposition of Mendelian Inheritance / R.A. Fisher // Philosophical Transactions of the Royal Society of Edinburgh. – 1918. – Vol. 52. – P. 399-433.
3. Gompertz B. On the Nature of the Function Expressive of the Law of Human Mortality, and on a New Mode of Determining the Value of Life Contingencies / B. Gompertz // Phil. Trans. Roy. Soc. – London. – 1832. – 123. – P. 513-585.
4. Laplace P. Memoir on the Probability of the Causes of Events / P. Laplace // Statistical Science. – 1774/1986. –1(3). – P. 364-378.

Коломієць В. В., магістрант

*Філіпковська Л. О., к.т.н., доцент,
доцент кафедри економіки та маркетингу,
Національний аерокосмічний університет
ім. М. Є. Жуковського «Харківський авіаційний інститут»
vitochka213@gmail.com*

ВПРОВАДЖЕННЯ ERP-СИСТЕМ НА УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Резервомобілізуючі фактори ефективного функціонування сучасних суб'єктів господарювання передбачають наявність не тільки виробничих ресурсів, а й організаційно-інноваційного потенціалу. Останній чинник грає визначну роль у формуванні конкурентоспроможного та рентабельного підприємства. Бізнес-стратегію таких підприємств розглядають як систему SBC-стратегій (від англ. System of Business Coordinates – Система бізнес-координат) по кожному виділеному стратегічному напрямку діяльності підприємства, а саме: виробничому, комерційному та фінансовому.

Щоб здійснити інформаційне забезпечення суб'єкта господарювання, допомогти скоротити терміни його бізнес-процесів, забезпечити своєчасний аналіз, діагностування й прогнозування господарської діяльності та підвищити ефективність управлінських рішень, використовують корпоративні інформаційні системи [1].

Одним із найбільш результативних сучасних технологічних рішень з автоматизації управління є впровадження ERP-системи (від англ. Enterprise Resource Planning – Управління ресурсами підприємства), яка дозволяє координувати всі сфери діяльності суб'єкту господарювання, всі центри відповідальності й окремі підрозділи [2]. Для комплексного дослідження впливу ERP-системи на функціонування підприємства необхідно визначити

основні переваги та недоліки, які допоможуть виявити доцільність впровадження даної системи.

Метою роботи є обґрунтування впровадження на українських підприємствах ERP-систем для підвищення ефективності діяльності.

В Україні важко знайти підприємство, на якому б не застосовувалися інформаційні системи для управління господарською діяльністю. До основних недоліків систем можна віднести таке: відображення інформативних показників лише по підприємству в цілому, низька періодичність актуалізації інформаційної бази (один раз на квартал, а окремі форми звітності – тільки один раз на рік), висока агрегованість показників, що не дозволяє проаналізувати всі види ресурсів підприємства з метою визначення факторів, які викликають погіршення фінансового стану.

Наразі спостерігається тенденція активного впровадження ERP-систем у діяльність різноманітних компаній.

ERP-система може вживатися у двох значеннях.

По-перше, це інформаційна система для ідентифікації і планування всіх ресурсів підприємства, які необхідні для здійснення продажів, виробництва, закупівель і обліку в процесі виконання клієнтських замовлень.

По-друге (в більш загальному контексті), це методологія ефективного планування і управління всіма ресурсами підприємства, які необхідні для здійснення продажів, виробництва, закупівель і обліку при виконанні замовлень клієнтів у сферах виробництва, дистрибуції і надання послуг [3].

До переваг впровадження ERP-система можна віднести таке:

1. Інтеграція всіх аспектів діяльності: об'єднання у рамках одної цілісної системи всіх бізнес-процесів, які дозволяють більш якісно планувати діяльність підприємства.

2. Доступ до бази даних у реальному часі: введення інформації у базу даних відбувається безпосередньо від джерела, після чого дані становляться доступними всім зацікавленим особам.

3. Формування організаційної цілісності підприємства: ERP-система дає можливість створити єдиний інформаційний простір, що дозволяє обмінюватись інформацією між структурними підрозділами [4].

4. Ліквідація інформаційного дисбалансу: ERP-система базується на загальноприйнятих стандартизованих принципах обліку та виключає можливість виникнення інформаційної несумісності, що значно підвищує якість інформації.

5. Підвищення конкурентоспроможності підприємства: відбувається за рахунок раціонального використання інформаційних ресурсів, які дозволяють більш якісно оцінити ситуацію, яка склалась на підприємстві та дає можливість точно прогнозувати майбутню діяльність.

Виявлено обмеження у доцільності використання ERP-системи. Фінансові кошти, які витрачають на розробку та введення системи на підприємство не завжди вдається повернути. Даний факт є одним з основних недоліків впровадження ERP-систем [5].

До недоліків введення ERP-системи відносять:

- неправильне визначення масштабу підприємства, який автоматизується;
- складність оцінювання ефективності впровадження ERP-системи;
- впровадження ERP-системи без урахування стратегії розвитку підприємства;
- прийняття рішень на базі типовій, конкретній бізнес-логіки, побудованій на певних алгоритмах;
- процес впровадження ERP-системи до 3–5 років.

Не дивлячись на усі недоліки ERP-системи, переваги, які отримує підприємство від впровадження системи, мають більш суттєве значення.

На українському ринку інформаційних технологій представлено такі ERP-системи: SyteLine ERP, BAAN (розроблювач – компанія Infor), SAP R3 (розроблювач – компанія SAP), Oracle Business Suite (розроблювач – фірма Oracle), Microsoft Dynamics (розроблювач – компанія Microsoft).

Впровадження ERP-системи на підприємстві автоматизує та спрощує процес управління складськими запасами, а також оптимізує обробку архівних даних та внутрішніх бізнес-процесів. Це дає змогу звільнити менеджерів від рутинної роботи. Як наслідок, можна очікувати підвищення ефективності діяльності підприємства та його конкурентоспроможності.

Список використаної літератури

1. Атанасов, М. Вплив інформаційних технологій на розвиток підприємства / М. Атанасов, О. Йона // Гармонізація суспільства – новітній напрямок розвитку держави : Всеукр. наук. конф. аспірантів та молодих вчених, 25 березня 2014 р. : матер. конф. – Одеса, ОНЕУ. – С. 54-61.

2. Харченко Ю. А. Автоматизація процесів управління виробничою діяльністю машинобудівного підприємства / Ю. А. Харченко // Економіка і регіон. – 2016. – № 1 (56) – С. 52–57.

3. ERP – система планирования ресурсов предприятия [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://studbooks.net/47760/informatika/erp-sistema_planirovaniya_resursov_predpriyatiya

4. Семенюк А. Я. Бізнес-перспектива використання інформаційних технологій при реалізації ERP-проекту на підприємстві / А. Я. Семенюк // Науковий вісник НЛТУ України. – 2014. – № 24.7. – С. 344–350.

5. ERP – система. Що це і для чого вона потрібна? [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://www.softinform.com.ua/news/shcho-take-erp-systema/>

*Колотій В.Ю., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Литвин О. Ю., к.е.н., доцент
доцент кафедри економічної теорії
та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
alexly@uk.net*

СПРОЩЕНА СИСТЕМА ОПОДАТКУВАННЯ ЗІ СПЛАТОЮ ЄДИНОГО ПОДАТКУ У ЧЕТВЕРТІЙ ГРУПІ

Спрощена система оподаткування зі сплатою єдиного податку (далі ЄП) у четвертій групі передбачена спеціально для сільгосптоваровиробників. Особливості справляння ЄП для платників четвертої групи наведено в розділі XIV ПКУ.

Платниками єдиного податку 4-ї групи можуть бути сільськогосподарські підприємства різних організаційно-правових форм, передбачених законами України, селянські та інші господарства, які займаються виробництвом (вирощуванням), переробкою та збутом сільськогосподарської продукції, а також рибницькі, рибальські та риболовецькі господарства, які займаються розведенням, вирощуванням та виловом риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах), у яких сума, одержана від реалізації сільськогосподарської продукції власного виробництва та продуктів її переробки за попередній звітний (податковий) рік, перевищує 75 відсотків загальної суми доходу (пп. 14.1.194, пп. 4 п. 291.4 ПКУ) [1].

Перелік підприємств, які не можуть бути на єдиному податку четвертої групи, наведено в п. 291.51 ПКУ, зокрема це сільгоспвиробники, які станом на 1 січня звітного року мають податковий борг (за винятком безнадійного податкового боргу, що виник унаслідок форс-мажорних обставин) [2].

Об'єктом оподаткування є площа сільськогосподарських угідь, переданих сільськогосподарському товаровиробнику у власність або наданих йому у користування, в тому числі на умовах оренди, а також земель водного фонду, які використовуються рибницькими, рибальськими та риболовецькими

господарствами для розведення, вирощування та вилову риби у внутрішніх водоймах (озерах, ставках та водосховищах) [1].

Ставка єдиного податку для 4-ї групи з одного гектара сільськогосподарських угідь встановлюється у відсотках до їх нормативної грошової оцінки, затвердженої Кабінетом Міністрів України у 2019 році, в таких розмірах (п. 293.9 ПКУ): [3]

-для ріллі, сіножатей і пасовищ - 0,95%;

-для ріллі, сіножатей і пасовищ, розташованих у гірських зонах та на поліських територіях - 0,57%;

-для багаторічних насаджень - 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%.

Коефіцієнт індексації нормативної грошової оцінки земель застосовується кумулятивно залежно від дати проведення нормативної грошової оцінки земель. Коефіцієнти індексації нормативної грошової оцінки земель становлять: 1996 р. — 1,703, 1997 р. — 1,059, 1998 р. — 1,006, 1999 р. — 1,127, 2000 р. — 1,182, 2001 р. — 1,02, 2005 р. — 1,035, 2007 р. — 1,028, 2008 р. — 1,152, 2009 р. — 1,059, 2010 р. — 1,0, 2011 р. — 1,0, 2012 р. — 1,0, 2013 р. — 1,0, 2014 р. — 1,249, 2015 р. — 1,433 (крім сільськогосподарських угідь) та 1,2 для сільськогосподарських угідь (рілля, перелоги, сіножаті, пасовища, багаторічні насадження), 2016 р. — для сільськогосподарських угідь (рілля, багаторічні насадження, сіножаті, пасовища та перелоги) — 1,0, для земель несільськогосподарського призначення — 1,06, 2017 рік — 1,0, 2018 рік — 1,0, 2019 рік — 1,0.

Нормативна грошова оцінка земель за 2002, 2003, 2004 та 2006 роки не індексувалася.

Платник єдиного податку 4 групи самостійно нараховує податкове зобов'язання, подавши податкову декларацію платника єдиного податку до 20 лютого поточного року за місцезнаходженням платника податку та місцем розташування земельної ділянки.

Єдиний податок слід сплачувати за місцем розташування земельної ділянки протягом 30 календарних днів, що настають за останнім днем звітного кварталу. Платники єдиного податку 4 групи сплачують цей податок один раз на квартал у відсотках до річної суми податку (пп.295.9.2 ст.295 ПКУ) [3]

- у I кварталі – 10 відсотків;
- у II кварталі – 10 відсотків;
- у III кварталі – 50 відсотків;
- у IV кварталі – 30 відсотків.

Переваги даної системи оподаткування:

1. Єдинники четвертої групи звільнені від обов'язку нарахування, сплати та подання звітності: із податку на прибуток; податку на майно (у частині земельного податку). Але вони повинні сплачувати податок за земельні ділянки, що не використовуються для ведення сільгосптоваровиробництва; рентної плати за спецводокористування.

2. Фізособи (орендодавці), які здають сільгоспугіддя в оренду єдинникам четвертої групи, звільнені від сплати земельного податку (п. 281.3 ПК).

3. Єдинники четвертої групи подають звітну податкову декларацію один раз на рік. При зміні кількості угідь подається уточнююча декларація [2].

Недоліки даної системи оподаткування - сума ЄП не залежить від результатів діяльності сільгосптоваровиробника (хоча для високорентабельного підприємства це може бути перевагою). Тобто якщо підприємство спрацювало у збиток чи отримало маленький прибуток, воно все одно має сплатити ЄП, виходячи з площі землі, яка йому належить на праві власності чи на умовах оренди [2].

Отже, четверта група єдинників найбільш вигідна підприємствам із невеликою кількістю землі і значними доходами (прибутком)

(високорентабельним підприємствам), оскільки сума ЄП залежить тільки від площі сільгоспугідь та їх НГО і не залежить від результатів діяльності (суми отриманого прибутку). Наприклад, тим, які спеціалізуються на тваринництві чи птахівництві, адже ця галузь не передбачає використання великої площі сільгоспугідь. Також необхідно пам'ятати, що фізособи, які здають земельні ділянки сільгосппризначення в оренду єдинникам четвертої групи, звільнені від сплати земельного податку [2].

Список використаної літератури

1. Бухгалтерський облік, аналіз та аудит: веб-сайт. URL: http://bses.in.ua/journals/2016/12-2_2016/34.pdf (дата звернення 04.03.2020).
2. Налогообложение сельхозпредприятий: веб-сайт. URL <https://uteka.ua/ua/publication/agro-4-nalogooblozhenie-selxozpredpriyatij-12-analiziruem-sistemy-nalogooblozheniya> (дата звернення 04.03.2020).
3. Бухгалтерія: веб-сайт. URL: <https://buh-ua.com.ua/uk/doc/53883/dinij-podatok-dlja-platnikv-4-grupi-zvtnst-2019> (дата звернення 04.03.2020).

*Корчагіна В.Г., к.е.н.
доцент кафедри управління та адміністрування
Новокаховський гуманітарний інститут
ВНЗ «Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»
vitakorshahina@gmail.com*

СТРУКТУРНІ ЕЛЕМЕНТИ МЕТОДИКИ СТРАТЕГІЧНОГО ОБЛІКУ

В сучасних умовах конкурентного середовища і посилення впливу ринкових змін зростають вимоги до інформаційного забезпечення процесу управління в частині облікової функції Статус облікової системи в організації постійно підвищується, оскільки процеси прийняття рішень нерозривно пов'язані з рівнем інформаційного забезпечення системи управління

організацією, покликані носити комплексний характер і ґрунтуватися на застосуванні інтегрованої системи бухгалтерського обліку.

Інтегрований бухгалтерський облік містить важливу складову забезпечення інформацією, яка об'єднує процеси, технології, персонал і ресурси. Не зменшуючи важливість таких компонентів обліку, як фінансовий та управлінський, сьогоденні завдання підприємств вимагають запровадження стратегічного обліку як частини загальної облікової системи.

Стратегічний підхід до побудови системи обліку передбачає аналіз зовнішнього середовища, в якому існує підприємство, та відповідальність за обґрунтованість стратегії підприємства, обґрунтованість вибору стратегічних планів та імовірність їх виконання. Загалом сфера дії стратегічного обліку спрямована на зростання вартості бізнесу та задоволення інформаційних потреб менеджменту [1, с. 240].

Враховуючи теоретичний інтерес науковців та практичну потребу ринкових структур в запровадженні обліку для вирішення стратегічних питань, постає актуальність визначення методики стратегічного обліку в межах облікової системи.

Основними елементами методики стратегічного обліку є визначення мети, завдання, об'єктів, інструментарію, процедур тощо.

Враховуючи стратегічну спрямованість обліку в розробці перспективних напрямів розвитку підприємств, метою стратегічного обліку є забезпечення керівництва необхідною інформацією для оперативного та стратегічного управління і контролю за розвитком підприємства в інтересах його власників.

Відповідно, завданням стратегічного обліку є:

- формування інформаційного забезпечення для аналізу потенційних ринків для підприємства;
- забезпечення стратегічного планування потенціалу та визначення ключових факторів успіху для підприємства;
- калькулювання за видами діяльності;

- розробка системи показників для оцінки ключових факторів успіху підприємства;
- надання адекватної інформації для забезпечення реалізації обраної стратегії та складання звітності про ключові фактори успіху;
- забезпечення зворотного зв'язку щодо досягнутих результатів та їх узгодження зі стратегічними цілями (моніторинг реалізації стратегії);
- надання інформації стосовно довгострокових результатів різних напрямів дії [2].

До об'єктів обліку, що забезпечують процес прийняття виважених стратегічних рішень, варто включити не тільки складові фінансового та управлінського обліку, облікову політику, але й елементи, що відображають агреговану інформацію щодо комплексного відображення діяльності підприємства - стратегію розвитку, організаційну структуру, показники ефективності в розрізі видів діяльності, центрів відповідальності тощо. Тому об'єктами стратегічного обліку є не тільки окремі види і напрями діяльності підприємства, центри відповідальності, бюджети та довгострокові плани, але й елементи зовнішнього мікро- та макро- середовища.

Визначення об'єктів стратегічного обліку підприємств як правило, пов'язана не тільки з прагненням збільшення прибутків за рахунок утримання існуючих сегментів та завоювання нових ринків, але й з антикризовим керуванням в умовах нестабільності економіки. Причини кризових явищ на стосуються в основному в недотриманні оптимальної структури фінансування (висока частка позичкового капіталу), втраті постачальників, використанні застарілих технологій виробництва, інертність запровадження наукових розробок, відсутність адаптивних важелів керування (в т.ч. негнучка ієрархічна структура, висока плинність кадрів, недостатня мобільність персоналу тощо).

Облікова система повинна забезпечувати потреби стратегічного менеджменту за рахунок використання даних обліку для аналізу ринкового середовища, надання інформації, пов'язаної з обраною стратегією розвитку, забезпечення зворотного зв'язку для моніторингу досягнутих результатів та їх

узгодження із стратегічними цілями, надання інформації щодо довгострокових наслідків різних напрямів діяльності.

До методичного інструментарію стратегічного обліку доречно віднести моніторинг конкурентної позиції підприємства на основі аналізу трендів, оцінку вартості підприємства (бізнесу), методи калькулювання, бюджетування, стратегічний аналіз та інші. При цьому важливо при проектуванні стратегічного обліку дотримуватись принципу системності та інтегрованості з іншими видами обліку, зокрема фінансовим та управлінським. Головне, щоб одержана в результаті стратегічна облікова інформація була певним орієнтиром для моніторингу та коригування обраної стратегії діяльності.

Виходячи із специфічних особливостей галузі та діяльності, в якій функціонує підприємство, залежить остаточний набір показників, які необхідні для забезпечення ефективного управління стратегією підприємства.

Стратегічний облік враховує зовнішні фактори макросередовища, орієнтований на облік невизначеності, базується на стратегіях, які розробляє підприємство. Тому важливою є інформація проведення ним моніторингу оточуючого середовища. В той же час в стратегічному обліку акумулюється інформація для здійснення аналізу складових внутрішнього впливу (внутрішнього середовища).

Це визначає важливість дотримання системного підходу до побудови стратегічного обліку, який враховує послідовність формування інформації стратегічного обліку і передбачає, що він є складовою загальної інтегрованої системи бухгалтерського обліку.

Практичне спрямування розробки стратегічно орієнтованої системи обліку здійснюється в розрізі стратегічного управління, яке направлене:

- по перше, на регулярне стратегічне управління, що передбачає постійного здійснення аналізу, формулювання, впровадження, оцінювання, контролю стратегії підприємства;

- по-друге, стратегічне управління, пов'язане з виникненням нагальних стратегічних задач, таких як оперативне реагування на зміни у внутрішньому і

зовнішньому середовищі підприємства і з уточненням стратегії для успішного досягнення місії та досягнення стратегічних цілей.

Таким чином, інтегрований підхід інформаційних потоків бухгалтерського обліку впливає на створення моделі інформаційного забезпечення, в якій вагому роль відіграє стратегічний облік. І чим якісніше будуть інформаційні запити суб'єктів управління до елементів облікової системи, тим точніше буде інформація.

Список використаної літератури

1. Семанюк В.З. Облік для стратегічного управління: проблеми теоретичної концептуалізації. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. 2012. №722. С. 236-241.

2. Бруханський Р.Ф. Концепція стратегічного менеджменту та бухгалтерський облік: можливі варіанти взаємозв'язку. *Інноваційна економіка*. 2014. №3. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/inek_2014_3_36 (дата звернення: 12.03.2020).

*Кучеркова С.О., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і оподаткування
Таврійський державний агротехнологічний університет
імені Дмитра Моторного
kucherkovas@gmail.com*

ПОКРАЩЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДЛЯ ОБЛІКУ ВИТРАТ

Важливим аспектом для якісного обліку витрат є своєчасне надходження об'єктивної інформації, що дозволить прийняти ефективне управлінське рішення. Застосування на практиці нових підходів та методів обліку витрат дозволить вирішити проблеми управління. При веденні бухгалтерського обліку витрат на підприємстві, перед управлінцями стоять питання вдосконалення

відображення інформації у відповідності до плану рахунків, П(С)БО та інших нормативів обліку.

На сучасному етапі господарювання підприємств ефективно оцінити фінансове становище можливо завдяки добре організованому бухгалтерському обліку. В загальній бухгалтерській системі саме організації обліку витрат приділяється значне місце, як вагомому її елементу. Адже саме ця частина господарської діяльності надає змогу управлінцям отримувати інформацію, яка є важливою для розробки стратегічних планів.

Використовуючи дані про розмір та види витрат, керівники підприємства мають можливість регулювати фінансово-господарську діяльність, а саме:

- планувати обсяг виробництва;
- можуть регулювати рівень цін і обсяг продажів;
- виробляти нові види продукції або навпаки – відмовитися від існуючих, які не приносять прибутку;
- можуть регулювати фінансово-кредитні відносини (залучати менше або більше коштів) тощо.

Бухгалтерська інформація сама по собі не може служити базою для прийняття обґрунтованих управлінських рішень без аналітичної обробки. Тому, важливим етапом стає об'єднання обліку і аналізу в єдину інформаційну систему.

Стосовно до господарської діяльності підприємств доцільність такого об'єднання, на наш погляд, визначається наступним:

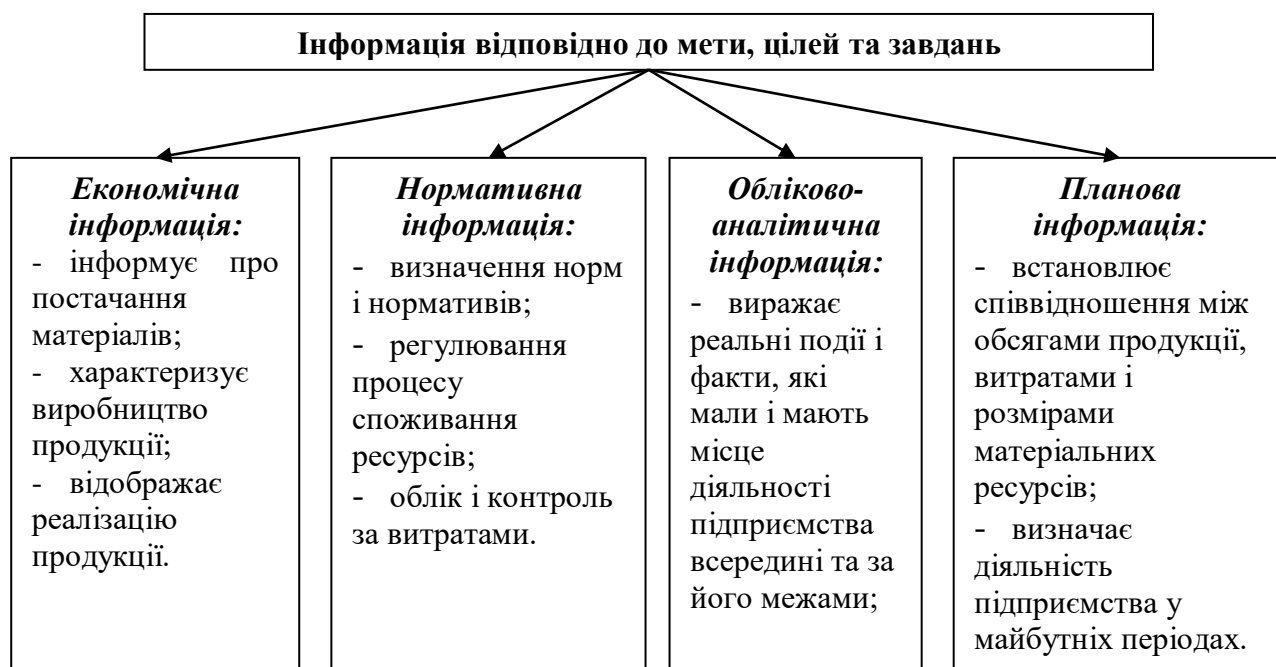
- необхідністю представлення інформації у вигляді, найбільш придатному для прийняття обґрунтованих управлінських рішень;
- підвищенням оперативності прийняття даних рішень;
- контроль за відхиленнями від заданих параметрів і нормативів;
- прагненням автоматизувати прийняття стандартних управлінських рішень для оперативного регулювання виробничо-фінансової діяльності;
- необхідністю точно і об'єктивно визначати результати внутрігосподарського розрахунку, щоб на підсумкові показники роботи

окремих центрів відповідальності відносились тільки ті відхилення, які залежать від якості їх роботи за звітний період.

Для того, щоб облікова інформація однаково сприймалась тими, хто брав участь в її підготовці на підприємстві і користувачами даної звітності, вона повинна задовольняти наступні вимоги: достовірність, значимість, суттєвість, консервативність, повнота, порівнянність і постійність.

Для забезпечення ефективного управління і контролю над витратами, нами запропоновано розподілити інформацію відповідно до мети, цілей та завдань, які встановлює керівництво. Відобразимо такий розподіл у вигляді схеми розробленої автором (рис. 1).

На рисунку 1 видно як здійснюється розподіл інформації у відповідності до мети, цілей та завдань, які ставить керівництво. Кожен з видів інформації доповнений завданнями, які вона повинна виконувати у відповідності з дійсною технологією виробництва у досліджуваних підприємствах. Нижче охарактеризуємо кожен з таких з видів облікової інформації.



*розроблено автором

Рисунок 1 – Схема розподілу інформації у відповідності до мети, цілей та завдань

Економічна інформація показує економічні відносини які мають місце в житті підприємства. На рівні підприємства вона характеризує процеси, які протікають у ньому:

- постачання матеріалів;
- виробництво продукції;
- реалізація продукції.

Використовуючи цей тип інформації керівники підприємства проводять оцінку економічної ситуації і виконують регулювання його виробничо-господарської діяльності. Саме економічна інформація дає можливість встановити ступінь досягнення цілей створення підприємства і на цій основі визначити доцільність здійснення такої ж господарської діяльності у подальшому.

Далі, розглянемо такий вид інформації, як нормативна, яка виражається різного роду нормами і нормативами. З їх допомогою визначають оптимальний стан окремих сторін діяльності підприємства.

Між нормами і нормативами існують деякі відмінності. Нормативи встановлюють параметри оптимального протікання процесів постачання, виготовлення продукції і її реалізації. Їх розробляють у формі лімітів споживання сировини, матеріалів, ПММ, електроенергії тощо. Норми пов'язані виключно із витратою ресурсів. Вони складаються на кожен технологічну операцію та/або вироблену продукцію. За допомогою норм здійснюється регулювання процесу споживання ресурсів у відповідності із діючою технологією виробництва, розробляються планові показники за витратами, ведеться облік і контроль витрат.

Обліково-аналітична інформація виражає реальні події і факти, які мали і мають місце в господарській діяльності підприємства як всередині, так і за його межами. Така інформація потрібна не тільки для керівництва, але й також для облікової служби підприємства. Така інформація характеризується великою повнотою охоплення діяльності підприємства, аналітичністю представлених даних і їх цільовою направленістю на прийняття рішень [1, с. 68].

Наступною виділимо планову інформацію, яка надається в натурально-вартісному вираженні і визначає діяльність підприємства в плановому періоді. За її допомогою встановлюється найбільш оптимальне, на думку управлінців, співвідношення між обсягами реалізації продукції, витратами і розмірами споживання матеріальних ресурсів у процесі виробництва. Після затвердження планових показників цей вид інформації приймає форму управлінських рішень, які обов'язкові для усіх працівників підприємства. Планова інформація, яка визначає споживання ресурсів, базується на даних управлінського обліку і контролю витрат.

Відзначимо, що поділ інформації відбувається в залежності від економічної ролі в управлінні витратами та за періодичністю її формування. Розрізняють інформацію оперативну, тактичну і стратегічну.

Перш за все, інформація про розміри витрат необхідна для формування собівартості виробленої продукції, яка має безпосередній зв'язок з її ціною. Собівартість служить базою ціни товару і водночас обмежником для виробництва.

Найбільш складним етапом у визначенні собівартості одиниці продукції є розрахунок розміру накладних витрат, які припадають на кожний вид роботи або на кожну одиницю продукції.

В процесі розвитку бухгалтерського обліку було розроблено багато методів розподілу накладних витрат, але вони мали багато неточностей, у результаті чого відбувалося переоцінювання видів продукції з високим рівнем виробничих витрат і недооцінювання продукції з низьким рівнем. В результаті, виникла необхідність у розробці і застосуванні більш точного методу, яким став метод поопераційного обліку – ABC-метод – від англійської Activity Based Costing [2, с.311].

ABC-метод іноді називають операційною оцінкою. Його головна перевага перед іншими методами у тому, що він дозволяє точно прослідкувати причини виникнення накладних витрат, що дозволяє більш точно визначити собівартість одиниці продукції. Структура ABC-методу включає в себе 4 етапи, а саме:

1. аналіз бізнес-процесу виробництва продукції;
2. визначення операційних центрів;
3. простеження витрат за операційними центрами;
4. вибір провідників (носіїв) витрат [2, с. 312].

Розглянута вище класифікація облікової інформації служить основою для створення ефективної системи обліку витрат.

Список використаної літератури

1. Реслер М.В. Значення обліково-аналітичної інформації в управлінні підприємством. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. 2012. Вип. 3 (37). С. 68-75

2. Савчук В.П. Фінансовий менеджмент підприємств: прикладні питання з аналізом ділових ситуацій. Київ: Максимум, 2001. 601 с.

*Лазановський П.П., доцент
доцент кафедри підприємництва та маркетингу
Українська академія друкарства
lazanovskyi@ukr.net*

АНАЛІЗ ЯКОСТІ ОЦІНОК ГОТЕЛІВ ЗА ВІДГУКАМИ ВІДВІДУВАЧІВ

Готельний бізнес в Україні, навіть попри непрості теперішні зміни в економіці, характеризується позитивною динамікою свого розвитку. Особливо це спостерігається в готелях, що розташовані у великих, з чималою історичною спадщиною, самобутнім колоритом життя мешканців, містах. Однозначно, що той чи інший готель матиме більшу або меншу популярність у відвідувачів залежно від багаточисельних факторів, суть яких достатньо добре розкрита науковцями та практиками готельного менеджменту. Зокрема, одним із визнаних методів отримання оцінки (популярності) готелів є відгуки їх відвідувачів. У цій проблематиці зупинимося на аналізі якості двох методик, з

використанням яких сьогодні виведені та оприлюднені в інтернет-мережі оцінки готелів.

Перша методика передбачає надання загальної оцінки готелю за десятибальною шкалою. Розрахунок такої оцінки базується на розподілі загальної кількості відгуків відвідувачів готелю за критеріями, такими як: персонал, чистота, комфорт, ціна/якість, розташування, безкоштовний Wi-Fi. Кожний із цих критеріїв оцінюється відповідними балами: чудово (9+), добре (7-9), прийнятно (5-7), погано (3-5), дуже погано (1-3) [1]. Другою методикою пропонується отримувати оцінку готеля за п'ятибальною шкалою шляхом урахування його відвідувачами всіх критеріїв функціонування в одному з оціночних балів («5», «4», «3», «2», «1») і розподілі загальної кількості відгуків за ними у відсотках [2]. На нашу думку, ці методики можуть використовуватися, але, однак, їм потребують додаткової інтерпретації (аналізу й уточнень) значень самих оцінок з метою підвищення їх якості.

Для розкриття суті цього завдання нами вибрано 10 готелів м.Львова, які відповідають таким однаковим критеріям (це важлива умова рівнозначного підходу в отриманні їх оцінки): статус (чотири зірки), місце розташування (центральна частина міста), кількість відгуків відвідувачів (не менше 500- вважаємо, що якраз кількість відгуків є принципово важлива для оцінки і тому статистика в менше, ніж 500 відгуків, свідчить про надто низьку відвідуваність готелю або відносно невеликий термін його перебування на ринку готельних послуг, через що й на варто його поки включати у вибірку для аналізу). На основі такого підходу в формуванні статистичної вибірки до неї увійшли такі готелі: «Асторія», «Атлас Делюкс», «Деліс», «Долинський», «Панорама», «Премєр Готель «Дністер», «RIUS», «Taurus Siti Hotel», «Швейцарський», «Шопен» (можлива деяка відмінність у написанні назв готелів, яка також присутня в інтернет-мережі, особливо, дублювання назви українською та англійською мовами, чи скорочений варіант повної назви). Надалі нами було встановлено, що найбільшу кількість відгуків відвідувачів (за першою методикою) отримав готель «Долинський» (1779), але водночас його загальний

оціночний бал є найнижчий серед десяти готелів-8,3. Найвищий бал (9,3) мають «Taurus Siti Hotel»(1030 відгуків) і «Шопен»(517відгуків). За другою методикою найбільше відгуків відвідувачі віддали «Премєр Готель «Дністер»(3250), загальний оціночний бал якого склав 4,5 при найвищому його значенні - 4,7 у готелів зі значно меншою кількістю відгуків: «Асторія»(628 відгуків), «Атлас Делюкс»(693 відгуки), «Шопен»(616 відгуків) і «Швейцарський»(506 відгуків). Найнижчий загальний оціночний бал (3,9) , визначений за другою методикою, належить готелю «Деліс»(561 відгук) [2, 3]. Таким чином, як бачимо, безпосереднє значення загального оціночного балу готелю не слід сприймати і трактувати однозначно. Необхідно брати до уваги, як мінімум, ще й такі важливі складові (характеристики) для оцінки:

- загальну кількість відгуків відвідувачів, бо навіть при дещо нижчому значенні оцінки певного готелю порівняно з максимальним цей фактор однозначно свідчить про високу їх «симпатію» до нього;

- кількість відгуків відвідувачів з оцінками «чудово», «добре» («5» та «4»), бо саме вони характеризують переваги конкретного готелю перед конкурентами;

- кількість відгуків відвідувачів за критеріями «погано», «дуже погано» («2» та «1»). При цьому важливо розуміти, що коли таких відгуків зовсім мало (наприклад, один-два-пять), то не варто надто їх приймати до уваги в оцінці готелю, бо здебільшого вони є такими, що виставляються його відвідувачами в негативному психологічному стані.

Отже, лише системний комплексний підхід до оцінки готелю на основі відгуків відвідувачів може забезпечити її якість, що слугуватиме важливим і, головне, вірним орієнтиром при виборі його в якості проживання. Перспективу подальших науково-практичних розвідок у цій проблематиці ми бачимо в удосконаленні як безпосередньо застосовуваних нині методик в отриманні оцінок готелів за відгуками відвідувачів, так і в принципово нових підходах до їх розроблення.

Список використаної літератури

1. Інтернет-ресурс.- Режим доступу: <http://www.booking.com>
2. Інтернет-ресурс.- Режим доступу:
<http://www.booking.com>city>lviv.ukr.html>
3. Інтернет-ресурс.- Режим доступу: <http://qooqle.com/travel/hotels/Львів?>

Лугарь Є.В., студентка

*Ізюмцева Н.В., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту
та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу
«Університет банківської справи»
dashytinkaliza@gmail.com*

ДИСФУНКЦІОНАЛЬНИЙ ЕФЕКТ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ: СПОСОБИ ЗАПОБІГАННЯ

В роботі розглянуто питання системи та процесу контролю.

Актуальність проблеми полягає в тому, що основною формою впливу контролю є управлінське рішення. Від якості підготовки яких залежить ефективність діяльності організації. Управлінське рішення це ліквідація проблеми. Дуже важливо усунути проблеми вчасно, збудувавши процедуру контролю та організованості до мотивації роботи співробітників.

Менеджери використовують процес контролю для того, щоб сприятливо вплинути на поведінку співробітників. Але деякі менеджери забувають про можливість контролю викликати ненавмисне зриви в поведінці людей. Цей негатив є побічним результатом наочності дії системи контролю.

Співробітники розуміють, що для оцінки їх результату і діяльності керівництво використовує різні методи контролю. Помилки або досягнення співробітників, в тих областях де керівництво встановило стандарти та виконує

процедуру контролю, будуть підставою для розподілу винагороди та кари. Тому підвладні, роблять те, що начальство хоче побачити від них.[1]

У деяких дослідженнях підтверджується тенденція співробітників до будь-якого акцентування на роботі в тих сферах, де визначають ефективність роботи, і зневага тією роботою, в процесі виконання якої не здійснюють. Тип поведінки, коли люди прагнуть задовольняти вимоги контролю, а не досягати поставлених цілей, називається поведінкою, імовірно на контроль. Потрібно детально спроектувати систему контролю з урахуванням подібних ефектів, в іншому випадку, вона буде спрямовувати діяльність співробітників на те, щоб добре виглядати при проведенні контролю, а не на успіх цілей організації. Таким же чином вплив може призвести до отримання помилкової інформації.**[Error! Unknown switch argument.]**

Припустивши ситуацію. У торговому центрі, в торговому залі, встановили камери відеоспостереження для того, щоб відстежити поведінку менеджерів на робочому місці. Чи не дістають вони свої гаджети для того щоб посидіти в Інтернеті, не розмовляють вони між собою. Але, менеджери з продажу не розгубилися і знайшли місця де немає камер. Стали ховатися там і діставати свої гаджети. При цьому це стало відбуватися ще частіше ніж було до встановлення камер відеоспостереження.

Наслідки такого контролю призвели до того, що придушили ініціативу в роботі та знизили лояльність персоналу. Ситуація спровокувала менеджерів займатися своїми інтересами, потребами, а не обслуговуванням клієнтів.

Висновок з цієї ситуації такий, що контроль повинен залишати місце для свободи особистості, а так само для ініціативи нових пропозицій.

Друга ситуація. Припустивши, що серед продавців салону пройшов слух. що до них приходив «таємний покупець». Оскільки результати перевірки були більш-менш задоволеним, а інших термінових справ пре достатньо, то керівництво не вважало за потрібне зібрати колектив і розповісти про підсумки перевірки. Як наслідок, весь тиждень продавці обговорювали можливі наслідки перевірки, будували прогнози і пропозиції, що захоплювала їх від роботи зі

справжніми покупцями. Стає питання був контроль, все добре або погано, чи будуть хвалити або навпаки.

Наслідком неправильного контролю є невизначеність, яка збиває з пантелику співробітників. Та це, стає джерелом непотрібних емоцій, відволікаючих розмов, слухів. Отже, крім того, страждає авторитет контролюючого.

Висновок з цієї ситуації такий, що підсумки контролю обов'язково повинні бути оголошенні співробітникам. Але, дуже важливо відшукати в підсумках перевірки не тільки негативні моменти, а також позитивні моменти. Треба почати оголошувати негативні результати, щоб надати рекомендації щодо їх виправлення. **[Error! Unknown switch argument.]**

Рекомендації для менеджерів, які хотіли б уникнути надмірного контролю над поведінкою співробітників, і таким чином підвищити ефективність контролю:

- Встановлюйте стандарти, які прийнятні для співробітників.
- Уникайте надмірного контролю.
- Слідкуйте за тим, щоб у співробітників була свобода особистості.
- Винагороджуйте за досягнення стандартів які ви встановили.

Висновок с розглянутої проблеми такий, що не потрібен надмірний контроль. Придержуватись рекомендацій. Прості методи контролю, вимагають менше зусиль, та більше ефективності. Контроль та плани повинні бути гнучкими, для того щоб зорієнтуватись на пристосовування до змін, що відбуваються. Відповідати контрольованому виду діяльності. Кінцева мета полягає в тому, щоб вирішити завдання, які має організація.

Список використаних джерел:

1. Стаття про ефективність контролю. [Електронний ресурс] - <https://master-class.spb.ru/artefruk/pyat-oshibok-kontrolya-sotrudnikov/>
2. Дисфункціональний ефект системи контролю [Електронний ресурс] - <https://pidruchniki.com/>

3. Основні характеристики ефективності системи контролю.

[Електронний ресурс] - <http://uchebnikirus.com/>

*Марухненко М.В., студентка
Науковий керівник: Абесінова О.К., к.е.н., доцент
ДВНЗ «Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана»
marukhnenko25@gmail.com*

ВІЗУАЛІЗАЦІЯ ДАНИХ ЯК НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТ АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Візуалізації даних – метод узагальнення, аналізу теорії і досвіду, який розглядається як системне, засноване на правилах, динамічне, статичне і графічне представлення інформації, що сприяє зародженню нових ідей та допомагає розібратися в складних поняттях.

Основна ідея методу візуалізації полягає у наданні аналітику, експерту великого обсягу даних в такій формі, яка буде зручна для сприйняття інформації і проведення аналізу. Цей метод також допоможе аналітику, використовуючи різні варіанти візуалізації даних, чітко і зрозуміло донести інформацію, результати дослідження до користувача.

Корисність візуального аналізу найбільш велика, якщо мета самого дослідження не визначена до кінця і недостатньо інформації про самі дані. Таким чином, можна сказати, що візуальний аналіз даних є процесом генерації гіпотез. Згенеровані таким чином гіпотези можна перевірити автоматичними засобами, використовуючи технологію Data Mining, або знову вдатися до візуального аналізу для уточнення.

Візуальний аналіз має наступні переваги:

- легко працювати з неоднорідними і зашумленими даними, не всі автоматичні засоби обробки даних можуть це робити;

- подання даних за допомогою візуальних образів інтуїтивно зрозуміле і не вимагає складних математичних або статистичних алгоритмів[2, с.124].

Процес візуального аналізу включає три етапи:

1) біглий аналіз, який дозволяє ідентифікувати цікаві шаблони і сфокусуватися на одному або декількох з них;

2) збільшення і фільтрація, на якому ідентифіковані на попередньому етапі шаблони фільтруються у великому масштабі;

3) деталізація за потребою здійснюється якщо користувачеві потрібно отримати додаткову інформацію, більш детальну [2, с. 136].

Насправді, аналітик сам вирішує на якому етапі він отримує достатню кількість знань та на якому рівні деталізації він може зупинитися.

Але не із всіма даними можуть працювати засоби візуалізації, серед дієвих та вживаних доцільно виділити такі види:

- Одномірні дані;
- Двовимірні дані;
- Багатовимірні дані (до складу багатовимірних даних можна включити і двовимірні);
- Тексти і гіпертекст;
- Ієрархічні і пов'язані структури;
- Алгоритми і програми.

Для візуалізації зазначених видів даних використовуються різні візуальні образи і методи їх створення, а саме:

- Стандартні 2D / 3D-образи (гістограми, лінійні графіки);
- Геометричні перетворення (діаграма розкиду даних);
- Відображення іконок (лінійчаті фігури і зірки);
- Методи, орієнтовані на пікселі (рекурсивні шаблони);
- Ієрархічні образи (накладення вимірювань і деревовидні карти) [2, с.138].

Графіки, гистограми, діаграми - найпростіші методи візуалізації. Основний їх недолік полягає у неможливості легко сприймати візуалізацію складних даних та даних у великій кількості.

Методи геометричного перетворення спрямовані на трансформацію багатовимірних наборів даних з метою відображення їх у геометричному просторі.

Основною ідеєю методу відображення іконок є зображення значень елементів багатовимірних даних у вигляді образів, які можуть являти собою: людські обличчя, стрілки, зірки та ін. Такі образи можна групувати для цілісного аналізу даних. Результуюча візуалізація - це шаблон текстур, які мають відмінності, що відповідають характеристикам даних.

Основною ідеєю методів, орієнтованих на пікселі, є відображення кожного вимірюваного значення в кольоровий піксель. Оскільки один піксель використовується для відображення одного значення, то, даний метод дозволяє візуалізувати велику кількість даних (понад один мільйон значень).

Методи ієрархічних образів призначені для відображення даних, які мають ієрархічну структуру. У разі багатовимірних даних повинні бути правильно вибрані вимірювання, що використовуються для побудови ієрархії.

Порівняння зазначених методів за основними параметрами представлено в табл.1.

Однозначно виділити один найкращий і універсальний метод візуалізації даних не можна, оскільки кожен метод призначений для своїх цілей, і тільки дослідник може самостійно вибрати саме той метод, що підходить для вирішення його завдань.

Жоден метод візуалізації, звичайно, не є досконалим, але у аналітика завжди є можливість поєднати різні способи обробки та аналізу даних, щоб отримати максимальні знання. Так само важливо пам'ятати, що нова інформація дає поштовх до розвитку технологій, а нові технології - допомагають поліпшити якість одержуваних з інформації знань.

Таблиця 1

Порівняння методів візуалізації

Методи візуалізації	Види даних					Обробка великих даних
	Одновимірні	Багатовимірні	Текст/гіпертекст	Ієрархічні та зв'язані структури	Алгоритми і програми	
Стандартні 2D/3D-образи	+	-	-	-	-	-
Геометричні перетворення	+	+	-	-	+	+
Відображення іконок	-	+	+	-	-	+
Методи, орієнтовані на пікселі	+	+	+	+	+	+
Ієрархічні образи	-	+	-	+	-	-

*Джерело: сформовано автором на підставі [3].

У зв'язку з зростанням документального потоку, зростає потреба у перетворенні його в доступну інформацію, у наочному її поданні, компактному узагальненні даних, що досягається саме застосуванням методів візуалізації даних. З огляду на це, візуалізація даних дозволяє вирішувати аналітичні завдання у більш стислі терміни, оскільки з'являється можливість подання кількісної та якісної інформації в двовірних або тривимірних моделях.

Список використаної літератури

1. Логіка прийняття рішень URL: http://www.psychologos.ru/articles/view/logika_prinya
2. Оладько В. С., Мікова С. Ю., Нестеренко М. А., Садівник Е. А. Причини і джерела мережових аномалій. *Молодий вчений*. 2015. № 22. С. 158-161.
3. Навіщо і як використовувати візуалізацію даних. 12.10.2016. URL: <https://habrahabr.ru/company/devexpress/blog/240325/>

*Мирончук З.П., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку та оподаткування*

*Андрушко Р.П., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку та оподаткування
Львівський національний аграрний університет
zoriana-gyluk@ukr.net*

ВИКОРИСТАННЯ «ХМАРНИХ» ТЕХНОЛОГІЙ У ВЕДЕННІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ

Ведення бухгалтерського обліку, в сучасних умовах розвитку бізнесу і впливу конкурентоспроможного середовища, все більше вимагає від керівників підприємств застосування новітніх технологій, які б прискорювали процес збирання, зберігання та обробки інформації щодо господарської діяльності.

Однією з останніх головних тенденцій розвитку бухгалтерського обліку є хмарні технології, які вказують на те, як майбутнє продовжує надавати користь та підвищувати ефективність ведення обліку на підприємствах. Хмарна технологія змінила принципи ведення обліку у всіх його аспектах. Хмарне зберігання даних дозволяє компаніям працювати без фізичного офісу. Спеціалізація з бухгалтерського обліку може бути розповсюджена на більші географічні області, а нішеві фірми можуть обслуговувати клієнтів, які знаходяться за межами їх місцевого ринку. Хмарні технології також підвищують ефективність бухгалтерського процесу [1].

Хмарні обчислення (англ. cloud computing) – це технологія розподіленої обробки даних, у якій комп'ютерні ресурси й потужності надаються користувачеві як інтернет-сервіс. Термін «хмара» використовується як метафора, заснована на зображенні Інтернету в діаграмі комп'ютерної мережі, або як образ складної інфраструктури, за якою ховаються всі технічні деталі.

Суть концепції хмарних обчислень полягає в наданні кінцевим користувачам віддаленого динамічного доступу до послуг, обчислювальних

ресурсів і додатків (включаючи операційні системи й інфраструктуру) через Інтернет. [2].

В даний час одним найпопулярніших напрямків у створенні інтернет-магазинів є аутсорсинг рішень в хмарах, зокрема ведення обліку. В Інтернеті пропонується велика кількість рішень, які відповідають запитам власників бізнесу. При цьому можуть вирішуватися різні завдання. При розміщенні в хмарі такого рішення хмарні технології дозволяють використовувати обчислювальні потужності, обладнання та дисковий простір, додатки, інформаційні мережі, розташовані поза підприємством [3].

Які саме переваги застосування хмарних технологій в обліку розглянемо на рисунку.



Рисунок 1 – Основні переваги застосування «хмарних» технологій у веденні бухгалтерського обліку (авторська розробка)

Основною перешкодою поширення «хмарних» технологій в Україні є відсутність довіри до виробників «хмарних» сервісів. Розглянуті нами технології не позбавлені низки недоліків, зокрема залежність від інтернет-підключення, залежність користувача від умов провайдера, безпека даних залежить від якості роботи провайдера хмарних сервісів, неможливість використання попередніх версій програмного забезпечення, небезпека хакерських атак на сервер і ін [4].

Виходячи з вищевикладеного, можна відзначити, що переваги хмарних технологій полягають у такому: зменшуються витрати на закупівлю серверного обладнання, апаратних і програмних рішень; можливі оперативні змінити конфігурації корпоративної ІТ-інфраструктури залежно від поточних потреб; висока доступність системи з будь-якого місця за наявності мережі Інтернет.

В епоху активного зростання ринку мобільного Інтернету й популяризації бездротових мережних пристроїв концепція «хмарних» технологій стає особливо актуальною. В Україні рівень розвитку хмарних сервісів перебуває на початковому етапі. Вже зараз на ринку бухгалтерських програмних продуктів існує багато пропозицій щодо використання бухгалтерських хмарних сервісів. Впровадження їх дасть змогу підприємствам одержувати матеріальні й нематеріальні вигоди за рахунок мобільності, безпеки, надійності послуг, а також економії на початкових інвестиціях і операційних витратах.

Список використаної літератури

1. Фролов В.И. Информационные системы и технологии в учете и аудите I – II: [методическое пособие] / В.И. Фролов. – Симферополь, НАПКС – 2012. – 188 с.
2. Биков В.Ю. Хмарні технології, ІКТ аутсорсинг і нові функції ІКТ підрозділів освітніх і наукових установ / В. Ю. Биков // Інформаційні технології в освіті. — № 10. — 2011. — С. 8—23.
3. Кадемія М.Ю. Можливості, що надають хмарні технології / М.Ю. Кадемія, В.М. Кобися // Хмарні технології в освіті: матеріали Всеук.наук.мет. Інтернет-семінару. — Кривий Ріг: Видавничий відділ КМІ, 2012. — С. 66—67.

4. Перспективи розвитку ринку хмарних обчислень в Україні: переваги та ризику: Аналітична записка [Електронний ресурс]. — Режим доступу: http://www.niss.gov.ua/articles/1191/#_ftn2

Московенко О.В., студентка

*Корчагіна В.Г., к.е.н.
Новокаховський гуманітарний інститут
ВНЗ «Відкритий міжнародний університет
розвитку людини «Україна»
it.fox160418@gmail.com*

СИСТЕМА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ: РОЛЬ УПРАВЛІНСЬКОГО ОБЛІКУ

В умовах посилення конкуренції питання про необхідність створення системи управлінського обліку для багатьох керівників вже вирішене. Разом з тим постає інше питання – яким чином управлінський облік забезпечує формування ефективної інформаційної системи для реалізації всіх функцій управління. Саме тому необхідна сучасна система інформаційного забезпечення менеджменту, яка інтегрує новітні методи обліку, аналізу, планування і контролю та забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень.

Управління підприємством розглядається як процес координації та регулювання його діяльності для досягнення поставлених цілей. Для забезпечення всіх функцій управління на відповідних рівнях потрібна цільова інформація. Взагалі управлінський процес починається з інформації, тобто розробки системи планів, на основі якої оцінюється діяльність (облік та контроль основних показників діяльності), виявляються резерви за рахунок аналізу, приймаються рішення та оцінюється їх ефективність.

Управлінський облік є системою інформаційного забезпечення процесів

планування і контролю на всіх рівнях управління, починаючи від стратегії і закінчуючи оперативними бюджетами. Він представляє собою процес виявлення, вимірювання, накопичення, підготовки, інтерпретації, аналізу та передачі інформації, що використовується управлінською ланкою для планування, оцінки і контролю всередині підприємства та для забезпечення відповідного підзвітного використання ресурсів.

Сучасний управлінський облік, використовуючи зовнішню та внутрішню інформацію, забезпечує потреби різних функцій бізнесу. Він аналізує діяльність з урахуванням як поточних, так і довгострокових цілей, розробляє методи отримання, збору необхідної інформації.

Система управлінського обліку представляє сукупність методів і процедур, які забезпечують підготовку і надання інформації щодо використання ресурсів і протікання господарських процесів для планування, контролю та прийняття рішень на різних рівнях управління підприємством з метою впливу на них. В основу управлінського обліку покладено інформаційну систему, яка використовує вхідну інформацію та відповідні процеси для отримання результатів, що відповідають точно цілям управління [1, с.48].

Організація системи управлінського обліку залежить від специфіки діяльності кожного підприємства, тому керівники повинні розробляти власні гнучкі системи інформаційного забезпечення ефективного управління.

Одна із проблем, що є на сьогодні предметом численних наукових дискусій, визначення багатоаспектної сутності управлінського обліку та принципів його організації. Пояснюється така ситуація низкою причин:

- не існує (справедливим буде відмітити, не може бути) єдиних стандартів для створення системи управлінського обліку, тому рекомендації, зокрема зарубіжних вчених, автоматично не можна перенести на вітчизняні підприємства через суттєві відмінності в структуризації бізнесу та методології обліку;

- в управлінського обліку акцент має бути на слові «управлінський», тому нереально створювати систему управлінського обліку на основі використання

лише методів традиційного бухгалтерського обліку без врахування основного призначення обліку формувати інформацію для різних користувачів, а відповідно, для різних цілей;

- слаба розробленість методології управлінського обліку не дає змоги визначити його місце в системі управління підприємством. Адже управлінський цикл включає логічну послідовність виконання функцій планування, обліку, контролю, аналізу та прийняття управлінських рішень, тому логічно передбачити, що система управлінського обліку має сприяти ефективному здійсненню всіх функцій управління на різних його рівнях (а не лише функції обліку) [2, с.82].

Окреслені проблеми трактування управлінського обліку підтверджують актуальність та необхідність подальших досліджень у визнанні методології його складових. Проте варто стверджувати, що в умовах ринкових відносин закладена пряма залежність між ефективністю управління і якістю інформації та рівнем її використання. В системі інформаційного забезпечення управління облік необхідно трансформувати в облікову модель, здатну відображати реальні господарські процеси і забезпечувати аналітично-прогнозні функції, що вимагає не тільки зміни методології та організації, але і поглиблення управлінської спрямованості обліку.

Сучасна система управлінського обліку є одним із ключових факторів для виживання підприємств в сучасному конкурентному середовищі. При цьому, втрати від прийняття неправильних рішень внаслідок використання інформації низької якості здебільшого призводять до втрати конкурентних позицій і кризового стану підприємства. Тому від адекватності системи управлінського обліку залежить ефективність діяльності підприємства. Облік носить системно залежний характер, це свідчить про те, що існує нерозривний зв'язок складових обліку з механізмом управління підприємством. У зв'язку з цим, повинна проходити постійна модифікація обліку у складі системи менеджменту.

Список використаної літератури

1. Голов С.Ф. Управлінський облік : підручник. К.: Лібра, 2003. 704с.

2. Нападовська Л. Управлінський облік: значення та застосування у практичній діяльності вітчизняних підприємств в умовах ринкових відносин. *Бухгалтерський облік і аудит*. 2009. №8-9. С.78-93.

*Обидєннова Т. С., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Української інженерно -педагогічної академії
obyd_ts@ukr.net*

ФОРМУВАННЯ КОМАНДИ ПРОЄКТУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Економічна стійкість підприємств на вітчизняному та світовому ринках багато в чому залежить від швидкої адаптації до умов турбулентного зовнішнього середовища. Досягнення та закріплення позицій лідера в конкурентній боротьбі багато в чому залежить від ефективного використання сучасних методів управління підприємствами в умовах трансформаційної економіки. В останні роки більшість роботи на сучасних підприємствах розподіляється у вигляді окремих проєктів, що мають чіткі обмеження у часі, ресурсах та результатах та здійснюються з метою досягнення унікальних цілей та виконання поставлених завдань, як правило, для сприяння позитивних змін в діяльності організації або створення доданої вартості. «Тимчасова природа проєктів контрастує з бізнесовими процесами, які є повторюваною, постійною або частково постійною діяльністю з виробництва продуктів або послуг» [1].

Виконання проєктів здійснюється проєктними командами. Проєктна команда (або проєктна група) – це «певна чисельність людей, які працюють разом для досягнення спільної мети. Вони безпосередньо працюють над здійсненням проєкту і підпорядковані керівникові (менеджеру) проєкту. Команда проєкту створюється на період реалізації проєкту і після його завершення розпускається» [2, с. 198].

В залежності від особливостей функціонування підприємства, мети

проєкту, завдань проєкту та можливих ресурсів при формуванні команди проєкту можливі такі варіанти:

Варіант 1. Усі члени проєктної групи є працівниками одного підприємства в рамках якого створюється проєктна команда.

Переваги: знання специфіки роботи підприємства, знання його внутрішнього середовища (сильних та слабких сторін); можливість швидкого отримання необхідної інформації для здійснення проєкту шляхом формальних та неформальних зв'язків. Даний варіант формування проєктної команди не вимагає витрачання додаткових коштів.

Недоліки: відсутність об'єктивізму з питань функціонування підприємства, що може призвести до неврахування окремих ризиків діяльності.

Варіант 2. Усі члени проєктної групи є запрошеними фахівцями з інших підприємств та організацій.

Переваги: необхідні навички та знання специфіки роботи інших підприємств, що мають схожі сфери діяльності; об'єктивізм у виконанні завдань; аналіз отриманої інформації у відповідності до зазначених вимог; об'єктивний аналіз отриманих результатів на етапах виконання проєкту.

Недоліки: відсутність знання внутрішнього середовища підприємства (сильних та слабких сторін); можливість швидкого отримання необхідної інформації для здійснення проєкту шляхом неформальних зв'язків усередині підприємства; опір та недовіра до дій зі сторони працівників підприємства. Даний варіант формування проєктної команди вимагає витрачання додаткових коштів та додаткового часу на пошук необхідних фахівців з інших підприємств та організацій.

Варіант 3. Частина фахівців є працівниками підприємства, а фахівці, знання та навички яких потребують сучасних підходів до виконання завдань проєкту, є запрошеними з інших підприємств та організацій.

Переваги: знання працівників підприємств будуть доповнюватися новими провідними знаннями запрошених фахівців; аналіз отриманої інформації надасть можливість швидкого її отримання та максимально повноцінного

аналізу; виконання завдань проєкту буде максимально ефективним через врахування специфіки роботи підприємства та сильних сторін у внутрішньому середовищі. Даний варіант формування проєктної команди вимагає витрачання додаткових коштів та додаткового часу на пошук необхідних фахівців з інших підприємств та організацій, проте залучення фахівців підприємств та запрошених професіоналів надасть можливість отримання результатів максимально швидко та ефективно. Крім того, в даному варіанті формування проєктної команди є звичайно високим отримання додаткового синергетичного ефекту.

Склад кожної проєктної команди не є типовим та стандартним – кожен проєкт вимагає тих або інших фахівців з особливими знаннями та навичками. Проте, кожною проєктною командною керує проєктний менеджер (або менеджер-проєкту, керівник проєкту). Проєктний менеджер усередині проєктної групи в повній мірі повинен реалізовувати усі функції менеджменту. Є важливим також при формуванні групи проєкту залучати до відбору членів команди і проєктного менеджера – таким чином до команди можуть увійти ті професіонали з якими менеджер проєкту вже мав нагоду працювати разом, знає їх сильні та слабкі сторони.

Особливістю створення проєктної команди є те, що фахівці, що увійдуть до складу проєктної групи, раніше могли не працювати разом, а тому не мають уяви про особливості роботи один одного. Проте, злагоджена робота усієї проєктної команди сприятиме ефективній роботі над проєктом. Тому однією з особливостей роботи проєктного менеджера є створення максимально зручних умов роботи команди у найшвидший термін. Врахування особливостей членів проєктної команди надасть можливість максимально ефективно використовувати їх знання та навички в процесі виконання завдань проєкту.

Необхідно пам'ятати про те, що проєктний менеджер повинен здійснювати комунікації як між членами команди проєкту, працівниками підприємства, його керівництвом та, у разі необхідності, навколишнім середовищем підприємства.

Список використаної літератури

1. Шафранська Т. Ю. Проєктний менеджмент як специфічна галузь управління [Електронний ресурс] / Т. Ю. Шафранська – Режим доступу до ресурсу: http://www.rusnauka.com/10_DN_2014/Economics/10_165298.doc.htm.

2. Батенко Л. П. Управління проектами: Навч. посібник. / Л. П. Батенко, О. А. Загородніх, В. В. Ліщинська. – К.: КНЕУ, 2003. – 231 с.

Павлюх Б.Б., студент

*Максименко Д.В., к.е.н.,
доцент кафедри обліку, оподаткування
та менеджменту
Мукачівський державний університет
dvmaksym@gmail.com*

АНАЛІЗ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

У системі економічних відносин центральне місце посідає людина. Вона визначає цілі та напрями розвитку виробництва, організовує його, виробляє товари й надає послуги для свого життя та розвитку. Тому ефективність економіки будь-якого суспільства насамперед визначається якістю наявних трудових ресурсів та способом їх використання у виробництві, адже основною продуктивною силою є люди з їхніми здібностями та можливостями. В сучасних умовах роль людини у виробництві суттєво змінилася: людина є не тільки найважливішим елементом виробничого процесу на підприємстві, але й головним його стратегічним ресурсом. Вкладення в людські ресурси стають довгостроковим фактором конкурентоспроможності підприємства.

Однією з найскладніших економічних категорій і одним з найважливіших соціально-економічних явищ є використання трудових ресурсів, що є основним джерелом доходів найманих працівників, а для роботодавців є суттєвою часткою витрат виробництва і ефективним засобом мотивації працівників до

досягнення цілей підприємства. Тому облік використання трудових ресурсів складає основу соціально-трудова відносин у суспільстві, бо визначає інтереси всіх учасників трудового процесу. Тому багато вітчизняних і зарубіжних вчених в своїх роботах і дослідженнях велику увагу приділяють цьому питанню, а саме: Владімірова Л.П., Базаров Т.Ю., Мазур І.І., Шапіто В.Д., Богиня Д.Д., Болух М.В., Горбатов М.О., Грішнова О.В., Линенко А.Р., Шульга Н.М., Чернелевський Л.В., Колот В.І., Пилипенко С.В., Мельник Т.М., Амосов А.А., Куценко Ю.В., Армстронг М., Спенс М. та ін.

Для оцінювання трудових ресурсів використовується інформація оперативної і бухгалтерської звітності, дані табельного обліку, первинних документів, матеріали хронометражу і фотографій робочого дня, поза облікові матеріали (протоколи виробничих нарад, документи бюро економічного аналізу тощо).

Більшість наукових робіт сходяться в думці про етапи аналізу та стану ефективності використання трудових ресурсів:

1. Аналіз чисельності, складу та руху робочої сили;
2. Аналіз використання фонду робочого часу;
3. Аналіз продуктивності праці
4. Визначення резервів підвищення ефективності використання трудових ресурсів [3].

Аналіз впливу трудових факторів на господарську діяльність будь-якого підприємства починається з вивчення забезпеченості підприємства працівниками за кількістю, структурою, кваліфікацією і культурно-освітнім рівнем та характеристики руху робочої сили. Метою такого аналізу є виявлення внутрішніх резервів економії робочої сили у зв'язку з більш раціональним розміщенням працюючих, їхнім завантаженням і використанням відповідно до отриманої професії, спеціальності і кваліфікації.

Аналіз чисельності персоналу проводиться в цілому і за кожною категорією окремо, оскільки роль і значення окремих категорій персоналу у виробничій діяльності підприємства різні.

Аналізуючи чисельність працівників визначають абсолютну і відносну забезпеченість підприємства робочими кадрами, а також вплив зміни чисельності робітників на виконання виробничої програми. Абсолютна забезпеченість підприємства робочою силою визначається при порівнянні фактичної чисельності робітників з їх чисельністю, передбаченою планом. Відносне відхилення чисельності робітників виявляється зіставленням фактичної їх чисельності з плановою, скоригованою на відсоток приросту продукції за рахунок зміни чисельності робітників. Цей відсоток вираховується відношенням вартості продукції, одержаної за рахунок зміни чисельності робітників, до запланованого обсягу виробництва.

Скорочення працівників основної діяльності (зокрема робітників) за умов досягнення запланованого обсягу виробництва продукції розглядається як позитивний чинник. Позитивним є зменшення кількості керівного персоналу, якщо це, звичайно, не призводить до погіршення стану організації виробництва та трудової дисципліни, затримки освоєння нових технологій, автоматизації цехів тощо.

Структура кадрів вивчається шляхом зіставлення фактичної і планової питомої ваги чисельності кожної категорії працівників у загальній чисельності персоналу. При цьому визначають причини зміни структури кадрів, вивчають тенденції цього процесу на передових підприємствах, а також нормативні документи, на підставі чого розробляються відповідні заходи щодо раціоналізації структури кадрів.

Одним з результативних показників діяльності підприємства є середньорічний виробіток продукції на одного працівника, який є джерелом подальшого розвитку підприємства та який дозволяє виявити вклад персоналу підприємства у загальний результат його діяльності [2]. Визначення ефективності функціонування має на увазі відношення результатів або ресурсів до витрат, які цей показник забезпечить.

При аналізі забезпеченості підприємства робочою силою важливим є вивчення руху робочої сили. З цією метою розраховують коефіцієнти обороту

по прийому, вибуттю кадрів та коефіцієнт плинності кадрів. Коефіцієнт обороту по прийому визначається як відношення прийнятих працівників до середньооблікової чисельності працюючих. Коефіцієнт обороту з вибуття розраховується як відношення кількості працівників, що вибули, до середньооблікової чисельності працюючих. Коефіцієнт плинності кадрів характеризує рух кадрів під впливом негативних причин. Він розраховується як відношення кількості працівників, що вибули за власним бажанням і за порушення трудової дисципліни до середньооблікової чисельності працюючих. При визначенні плинності кадрів доцільно визначити їх причини і по можливості вжити заходів щодо зменшення цього показника у майбутньому. Як правило, основними причинами звільнень є незадоволення характером праці, житлово-побутовими умовами, заробітком, сезонністю виробництва, недоліками організації праці тощо.

Завершальним етапом аналізу використання трудових ресурсів є підрахунок виявлених резервів підвищення ефективності та розробка заходів щодо їх використання. Серед резервів ефективності трудових ресурсів доцільно виділити екстенсивні (ліквідацію понадпланових втрат робочого часу, усунення браку та відхилень від нормальних умов праці) та інтенсивні (забезпечення виконання норм виробітку усіма робітниками-відрядниками та здійснення нереалізованих організаційно-технічних заходів).

Отже, оцінка використання трудових ресурсів дозволяє виявити недоліки у роботі, їх причини та внутрішні резерви економії трудовитрат і підвищення ефективності використання кадрів завдяки їх раціонального розміщення, повнішого завантаження і використання відповідно з набутою професією, спеціальністю і кваліфікацією.

Список використаної літератури

1. Кудінова А. Аналіз продуктивності праці / А. Кудінова, Д. Верба // Справочник економіста. - 2009. - №6. - С. 79-88
2. Мельник Т.Г. Ефективність праці: методи вимірювання продуктивності праці та її оплати / Т.Г. Мельник // Теоретичні та прикладні питання економіки:

Збірник наукових праць. - К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». - 2005. - Вип.7. - С.291-296

3. Шульга Н.В. Облік і аудит розрахунків з оплати праці та аналіз ефективності використання трудових ресурсів: автореф. дис. к.е.н.: 08.00.09 / Н.В. Шульга; КНЕУ. - Київ, 2008. - 24с.

*Пацюк О. О., Кузьміна К.Д., Мисник О.П.,
студенти*

*Луценко О.А., к.е.н, доцент
Харківський національний технічний університет
сільського господарства імені Петра Василенка
L.a.Lytsenko@gmail.com*

ОСНОВНІ ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯ

Сучасний стан організації бухгалтерського обліку потребує багато змін, які б задовольняли вимоги людей що займаються підприємницькою діяльністю та сприяли б їх продуктивній роботі. На сьогоднішній день сектор економіки, що відповідає за бухгалтерський облік не є досконалим і потребує покращення.

Огляд літературних джерел показує, що окремі аспекти проблем та перспектив розвитку бухгалтерського обліку розглядалися у працях таких вчених як: М.Г. Чумаченко, В.Г. Швець, В.В. Сопко, Ф.Ф. Бутинець, М.С. Пушкар, О.М. Петрука, В.Моссаковський та багатьох інших, але враховуючи постійні зміни в економіці і інформаційному просторі дана проблема потребує подальших досліджень.

Отже, не зважаючи на те, що бухгалтерський облік пройшов багато етапів свого розвитку та змін, ми вважаємо, що на даному етапі економічного розвитку України серед основних проблем організації бухгалтерського обліку можна виділити такі:

- по перше, через недосконалість законодавчого регулювання не вирішеними залишаються питання щодо стандартів за якими повинні працювати наші підприємства - національними чи міжнародними. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» [1] визначає перелік суб'єктів господарювання, які за тим або іншим критерієм мають вести облік за МСФЗ, але це стосується меншої кількості підприємств. Слід зауважити, що Міжнародні стандарти фінансової звітності за своїм змістом і структурою подібні до П(С)БО та НП(С)БО, але і мають значні певні розбіжності [2].

- ще однією проблемою бухгалтерського обліку є його державне регулювання. В правовому полі ці обмеження закладено Законом України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні», за яким розмито відповідальність за стан даної сфери економічної діяльності в державі. За Законом збирає та обробляє фінансову звітність Державний комітет статистики України [3], визначає методологію бухгалтерського обліку і звітності Міністерство фінансів України [4], але немає чітко визначеного суб'єкта державної влади, за яким би закріплювалась відповідальність за становище в обліку в країні. Стан українського інституту власника підприємства, правовий і професійний статус українських бухгалтерів лежить в основі формального ведення бухгалтерського обліку на більшості вітчизняних підприємств, ставить під сумнів достовірність звітних даних Держкомстату, саме це і є першою причиною вимушеного запровадження додаткового обліку та звітності від Державної податкової адміністрації України та інших державних регуляторних органів.

- наступним питанням є галузева специфіка обліку та звітності. Існують ґрунтовні відмінності у застосуванні вимог національних стандартів підприємствами різних галузей. І хоча держава в особі Міністерства фінансів встановлює певні вимоги і стандарти фінансової звітності, контроль за виконанням цих вимог знаходиться на неприйнятно низькому рівні.

- на жаль, не залишається досконалим питання підготовки бухгалтерських кадрів. Україні, враховуючи закордонний досвід потрібно створити систему постійного підвищення бухгалтерських кадрів, яка б відповідала міжнародним вимогам, а саме стандартам освіти Міжнародної федерації бухгалтерів. Мета такої системи – кваліфікаційний рівень нашого професійного бухгалтера як загальноприйнятий у міжнародній практиці має відповідати європейському рівню.

- ведення обліку і звітності малих та середніх підприємств є ще однією проблемою, яка постає перед державою сьогодні, адже за своєю природою вони не мають змогу вести звітність у таких обсягах як великі підприємства і по суті у власників малих та середніх підприємств немає потреби у такій великій кількості звітної інформації. Таким чином, ми вважаємо, що доцільніше б було ввести стандарт фінансової звітності малих та середніх підприємств в Україні.

Серед визначених вище проблемних питань негармонічне співвідношення податкового та бухгалтерського обліку не можуть залишитися осторонь. Бухгалтерський облік має на меті надання достовірної інформації про діяльність підприємства акціонерам та засновникам, управлінському апарату, працівникам та іншим користувачам .

Податковий облік, в свою чергу, виконує фіскальні і регуляторні функції, тобто метою його ведення є надання даних про здійснені господарські операції платника протягом звітного періоду з метою оподаткування. Він створений для поглиблення інформативності фінансового обліку, оскільки на основі інформації тільки бухгалтерського та управлінського обліку неможливо досягти повного та достовірного забезпечення податкової звітності. Тому стає зрозумілим, що існування двох паралельних систем обліку, які мають різні цілі, не може не супроводжуватися виникненням відмінностей та розбіжностей між ними [5].

Бухгалтерський облік – це надзвичайно важлива складова економічного життя країни. Адже, без його використання неможливо отримати інформацію про показники діяльності підприємства, його майно та охарактеризувати

фінансовий стан. Тому необхідним, на сьогодні, є вирішення всіх проблем, з якими стикається сучасний український облік.

Для подолання наявних недоліків, в першу чергу, необхідно внести зміни в Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» щодо системи регулювання обліку в країні. Тобто необхідно створити новий регуляторний орган, який би ніс повну відповідальність за сферу обліку в Україні, або ж внести відповідні зміни в повноваження Міністерства фінансів та Державного комітету статистики. Також зрозумілою є потреба переходу на Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку. Для здійснення успішної трансформації НП(С)БО в МСФЗ більшість вчених, до думки яких ми приєднуємося вважають, що необхідно призначити суб'єкт влади відповідальний за впровадження міжнародних стандартів та організувати заходи по підготовці кадрів. Разом з цим вирішиться проблема непостійності законодавчої бази, оскільки з повним переходом на МСФЗ всі нормативно-правові акти відразу адаптуються до міжнародних стандартів, а не поступово, як це відбувається сьогодні.

Ще одним важливим кроком до вирішення проблем обліку в Україні є гармонізація бухгалтерського та податкового законодавства, що призведе до полегшення роботи бухгалтерів та уникнення непорозумінь з цього приводу.

Список використаної літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність: Закон України від 16.07.1999р. № 996 – XIV. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

2.Лоя М.І. Проблемні аспекти розвитку бухгалтерського обліку в сучасних умовах нестабільності економічного середовища // «Молодий вчений» № 3(18) березень 2015р.С.16-19. [Електронний ресурс].- Режим доступу : <http://molodyvcheny.in.ua./files/journal/2015/3/45.pdf>.

3. Про Державну службу статистики України: Указ Президента України, Положення від 6 квітня 2011 року № 396/2011 (Редакція станом на 21.06.2012).

4. Гнатишина Н. І. Сучасні проблеми організації бухгалтерського обліку в Україні / Н. І. Гнатишина // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/jspui/bitstream/.pdf>

5. Гармонізація податкового та бухгалтерського обліку в контексті оподаткування прибутку підприємств в Україні: монографія / [Огороднікова І. І., Серебрянський Д. М., Смірнова О. М., Стадник М. В., Турянський Ю. І.]; за заг. ред. Д. М. Серебрянського. – К.: Алерта, 2013. – 366 с.

*Пізняк Т.І., к.е.н., доцент
доцент кафедри економіки та підприємництва
Сумський національний аграрний університет
Tetianapizniak@gmail.com*

*Харченко Т.М., к.е.н.,
старший викладач кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет
zirka-84@ukr.net*

*Заяц Ю.М., студент
Сумський національний аграрний університет
zayats_mr@ukr.net*

УПРАВЛІННЯ КАДРОВОЮ ПОЛІТИКОЮ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах трансформаційної економіки кадрова політика є одним з ключових факторів впливу на ефективність функціонування підприємства та досягнення ним стратегічних цілей, оскільки забезпечує ефективність використання людських ресурсів, перетворюючи їх у кадровий потенціал підприємства. Саме тому постає необхідність у дослідженні механізму управління кадровою політикою, його методології та факторів впливу на нього.

Кадрова політика підприємства є інструментом за допомогою якого реалізуються цілі й завдання стратегічного управління персоналом. Її розробка

і реалізація приводить людські ресурси у відповідність зі стратегією організації і, по суті, являє собою сукупність цілей, норм, правил, які визначають напрямки і зміст роботи з персоналом (кадрової роботи), а також певний набір взаємообумовлених завдань і конкретних заходів, які розробляються та реалізуються з метою досягнення підприємством можливості розширеного відтворення, сталого розвитку та реалізації стратегічних цілей в довгостроковій перспективі.

Таким чином, від ефективності системи управління кадровою політикою залежить в кінцевому результаті якість кадрового потенціалу працівників підприємства. Саме тому механізм управління визначає принципи, методи та функції управління, що безпосередньо розкриваються у кадровій роботі на підприємстві та характеризують систему управління кадровою політикою.

Управління кадровою політикою підприємства в умовах трансформаційної економіки представляє собою систему планів, норм і нормативів, організаційних, адміністративних, соціальних, економічних і інших заходів, спрямованих на рішення кадрових проблем і задоволення потреб підприємства в персоналі. В реалізації кадрової політики можливі альтернативи, з врахуванням реального стану економіки. І тому її вибір пов'язаний не тільки з визначенням основної мети, але й вибором засобів, методів та пріоритетів. Основними різновидами кадрової політики вважаються: політика кадрового забезпечення, політика навчання, політика оплати праці, політика виробничих відносин та політика добробуту.

Зазвичай підприємства часто використовують, так зване «переманювання» висококваліфікованих працівників за рахунок вищої винагороди, ніж у конкурентів. Оплата праці відіграє одну з ключових ролей у діяльності підприємства та добробуті працівників.

Управління політикою виробничих відносин - це створення більш ефективного стилю керівництва у порівнянні з конкурентними підприємствами, налагодження відносин з профспілками, а також ефективне вирішення виробничих проблем.

Управління політикою добробуту включає виплату допомоги по хворобі та непрацездатності, пенсій; надання медичних послуг та путівок на оздоровлення; виділення транспорту або житла; підвищення корпоративної культури; надання допомоги у вирішенні особистих проблем тощо.

Зарубіжний досвід свідчить, що в сучасних умовах зростає вплив якості праці кожного працівника на кінцеві результати підприємства. З огляду на це, забезпечення підприємства професійним персоналом, який відповідає його вимогам, є одним із важливіших завдань управління кадровою політикою. Це завдання неможливо реалізувати без відповідного морального і матеріального стимулювання та соціальних гарантій, які повинні бути основними аспектами кадрової роботи підприємства [1, с.218].

Організаційно-правова форма та чисельність служби управління персоналом формується на засадах двох форм - це самостійний структурний кадровий підрозділ організації чи спеціаліст з питань персоналу. Організаційно-правова форма залежить від чисельності персоналу в даній установі [2, с.34].

Отже, ефективне функціонування підприємств у сучасних умовах залежить від ефективності процесу управління кадровою політикою. Відповідно, удосконалення методів і механізмів формування ефективної кадрової політики підприємств забезпечить їм стійкі конкурентні позиції на ринку товарів і послуг. Однак необхідно відзначити, що більшість вітчизняних підприємств не приділяє достатньої уваги питанням кадрової політики. На жаль, кадрова політика найчастіше здійснюється на основі інтуїції та досвіду керівників без урахування теоретичних та практичних розробок в даній сфері. Таким чином, система управління кадровою політикою підприємства повинна бути чітко спланована та носити науковий характер. Також для успішного функціонування зазначеної системи необхідно систематично проводити аналіз використання людських ресурсів підприємства, своєчасно визначати кадрові потреби та розглядати систему кадрової політики на стратегічному рівні.

Список використаної літератури

1. Воскобійник С. Я. Теоретичні підходи до визначення терміну «кадрова політика» // Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені С. З. Гжицького. Т. 17. № 4. С.214-218.
2. Никифорова В. Г. Управління персоналом: навчальний посібник. 2-ге видання, виправлене та доповнене. Одеса: Атлант, 2013. 275 с.

*Пошивалова О.В., к. фіз.-мат. н., доцент
доцент кафедри статистики,
обліку та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
elenaposhivalova1956@gmail.com*

ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВО-ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ ПІДПРИЄМСТВА В КООРДИНАТАХ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Використання бухгалтерських програмних продуктів посилює змістовність облікової інформації через зростання її повноти, зменшує вплив людського фактора на обліково-контрольні процеси, забезпечує об'єктивність відображення господарських операцій і спрощує обробку даних завдяки її автоматизації. Найбільш суттєвою перевагою застосування комп'ютерних програм для автоматизації обліково-контрольних процесів є досягнення максимально корисної аналітичності обліку[1].

Надмірна аналітика може бути бар'єром своєчасності обліку внаслідок його складності та інформаційної перенасиченості, однак це дещо нівелюється в умовах зменшення трудомісткості автоматизованого обліку. Тому максимальна аналітика в умовах застосування інформаційно-комунікаційних технологій зменшує ентропію інформації у прийнятті ефективних управлінських рішень.

Основною проблемою при формуванні системи вимог до облікової інформації є відсутність міцного зв'язку і взаємодії облікових служб із системою управління, що призводить до невідповідності функцій обліково-інформаційної системи підприємства цілям управління.

Основний недолік у формуванні облікової інформації полягає у відсутності системного підходу до створення системи критеріїв та показників оцінки її якості, а також до формування системи регулювання її якості. Способами поліпшення якості облікової інформації в умовах інформаційної економіки є [2]: розвиток принципів формування облікової інформації, що відповідають ринковій економіці та безпосередньо сформульовані відповідно до міжнародних стандартів (IAS / IFRS); вдосконалення механізму регулювання якості облікової інформації; забезпечення адекватної системи показників якості облікової інформації та методики їх розрахунку.

Наприклад, обмеження щодо вартості корисної фінансової інформації узгоджується із фізичними обмеженнями інформації, що накопичується за допомогою BigData. І в першому, і в другому випадку обмеження полягають у чітко визначеному обсязі ресурсів, що можуть бути використані для створення інформації та рівні розвитку технологій і фінансових можливостей підприємства щодо застосування цих технологій у процесі аналізу інформації.

Вимога щодо швидкості обробки даних у BigData корелює із такою посилювальною якісною характеристикою корисної фінансової інформації як своєчасність. Багатоваріантність та достовірність даних у BigData узгоджується із основоположною якісною характеристикою корисної фінансової інформації, зміст якої, полягає у її правдивому поданні, за результатами якого опис цієї інформації повинен бути повним, нейтральним та вільним від помилок. Основна відмінність у вимогах до інформації за технологією BigData, порівняно із вимогами до корисної фінансової інформації полягає у допущенні варіативності (мінливості) даних. Такий підхід до формування інформації суперечить принципу послідовності, що функціонує у системі вітчизняного бухгалтерського обліку.

Послідовність – постійне (із року в рік) застосування підприємством обраної облікової політики [3]. Зміна облікової політики можлива лише у випадках, передбачених національними положеннями (стандартами) бухгалтерського обліку, і повинна бути обґрунтована та розкрита у фінансовій звітності.

Тобто, у бухгалтерському обліку багатоваріантність облікових даних допускається, проте застосування принципу послідовності спонукає бухгалтера до обмеженого використання різноманітних підходів у процесі облікового відображення господарських операцій. З іншого боку, господарські операції, що здійснюються в електронному середовищі передбачають використання різних видів оцінок до різних об'єктів обліку на різних етапах їх руху, тому виникає необхідність про перегляд умов застосування принципу послідовності у бухгалтерському обліку підприємств е-бізнесу.

Виходячи із вищезазначеного рекомендуємо доповнити обмеження корисної фінансової інформації обмеженням щодо фізично можливого обсягу накопичення даних, що залежить від рівня розвитку інформаційно-комунікаційних технологій; до посилювальних якісних характеристик корисної фінансової інформації включити можливість варіативності даних, оскільки такий підхід посилить доречність облікової інформації.

Отже, на підприємствах е-бізнесу інформаційна система управління залежить від запитів внутрішніх і зовнішніх користувачів інформації.

Запити користувачів інформації мають як кількісні, так і якісні показники. Безумовно, система бухгалтерського обліку повинна стати ядром інформаційної системи управління підприємствами е-бізнесу, проте, для цього, її потрібно суттєво трансформувати.

Запропоновані зміни, на нашу думку, зумовлять підготовку більш якісної інформації у системі бухгалтерського обліку, необхідну для прийняття рішень на підприємствах е-бізнесу.

Доцільним, на нашу думку, є введення у систему принципів бухгалтерського обліку принципів систематизації та персоніфікації.

В умовах накопичення значного обсягу інформації у інформаційній системі управління підприємств е-бізнесу важливим стає розроблений підприємством підхід до групування даних. Система рахунків бухгалтерського обліку давно не задовольняє запити управлінців у повному обсязі, тому на підприємстві мають бути обрані власні додаткові підходи до групування облікової інформації, у чому і полягає зміст принципу систематизації.

В умовах використання інформаційно-комунікаційних технологій ведення бухгалтерського обліку може здійснюватися дистанційно, у тому числі у «хмарах». Враховуючи, що облікова інформація має відповідати усім необхідним якісним характеристикам доцільно знати особу, відповідальну за створення конкретної інформації, тому в обліку доцільно використовувати принцип персоніфікації.

Інформатизація та комп'ютеризація економіки і суспільства, поява нових об'єктів бухгалтерського обліку ставлять перед сучасним бухгалтерським обліком завдання, які неможливо виконати у повному обсязі за допомогою традиційного інструментарію, тому необхідно його трансформувати. Щоб відобразити в інформаційній системі підприємства нові види господарської діяльності, нові та традиційні об'єкти обліку, необхідно використати оновлену методологію бухгалтерського обліку, оновити та трансформувати існуючі облікові процедури.

Перспективами подальших досліджень у цієї області знань, на наш погляд, є: розвинути напрями удосконалення організації бухгалтерського обліку у розрізі різних форм організації бухгалтерського обліку, запропонувати методики обліку господарських операцій, пов'язаних із новими об'єктами бухгалтерського обліку, що виникають в умовах інформаційної економіки.

Список використаної літератури

1. Arnaboldi, M., Busco, C., & Cuganesan, S. (2017). Accounting, accountability, socialmediaandbigdata: revolutionorhype?. *Accounting, Auditing&AccountabilityJournal*, 30(4), 762-776.

2. Gil'orme, T., Ryzhyk, Y., & Yaresko, A. (2016). Formation of the mechanism of energy efficiency management on the basis of 'predator-prey' concept. *Problems of development modern science: Theory and practice: Collection of scientific articles*. EDEX, Madrid, España, 107-110.

3. Пошивалова О.В. Статистичний аналіз структурних зрушень в розподілі грошових переказів українських заробітчан. *Економіка. Фінанси. Право*. 2019. №9. С. 27-30.

*Приходько І. П., д.держ.упр., професор
завідувач кафедри обліку, оподаткування та
управління фінансово-економічною безпекою
Дніпровський державний аграрно-економічний університет
prihodko_igor@ukr.net*

ОРГАНІЗАЦІЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ КОНТРОЛЮ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Система внутрішнього контролю трансакційних витрат передбачає наявність таких складових, як бухгалтерський та адміністративний контроль, а також контроль власника (рис. 1). Слід зазначити, що адміністративний і бухгалтерський контроль певним чином доповнюють один одного, а їх окремі об'єкти збігаються. З метою недопущення дублювання функції кожного суб'єкта контролю повинні бути чітко розмежовані.

Специфіка внутрішнього контролю трансакційних витрат обумовлена тим, що дані витрати досить різноманітні за складом, виникають на різних етапах діяльності підприємства та у різних структурних підрозділах.

Враховуючи результати проведених досліджень і відмінності процедур дослідження трансакційних витрат на макро- і мікрорівнях, пропонуємо сукупність процедур контролю трансакційних витрат підприємства, яка складається з 6-ти основних процедур:

- дослідження джерел утворення інформації про трансакційні витрати підприємства; - збір інформації для об'єктивного та реального аналізу трансакційних витрат; - аналіз отриманої інформації про трансакційні витрати підприємства; - оцінка трансакційних витрат; - прогнозування трансакційних витрат підприємства; - розробка та прийняття рішення про здійснення трансакцій.

Завдання внутрішнього контролю трансакційних витрат підприємства полягає у визначенні абсолютного та відносного рівня трансакційних витрат як складової загальних витрат підприємства та використанні отриманих результатів в управлінні витратами й визначенні впливу трансакційних витрат на ефективність діяльності підприємства; запобіганні негативним результатам діяльності підприємства та його підрозділів; виявленні внутрішньогосподарських резервів.

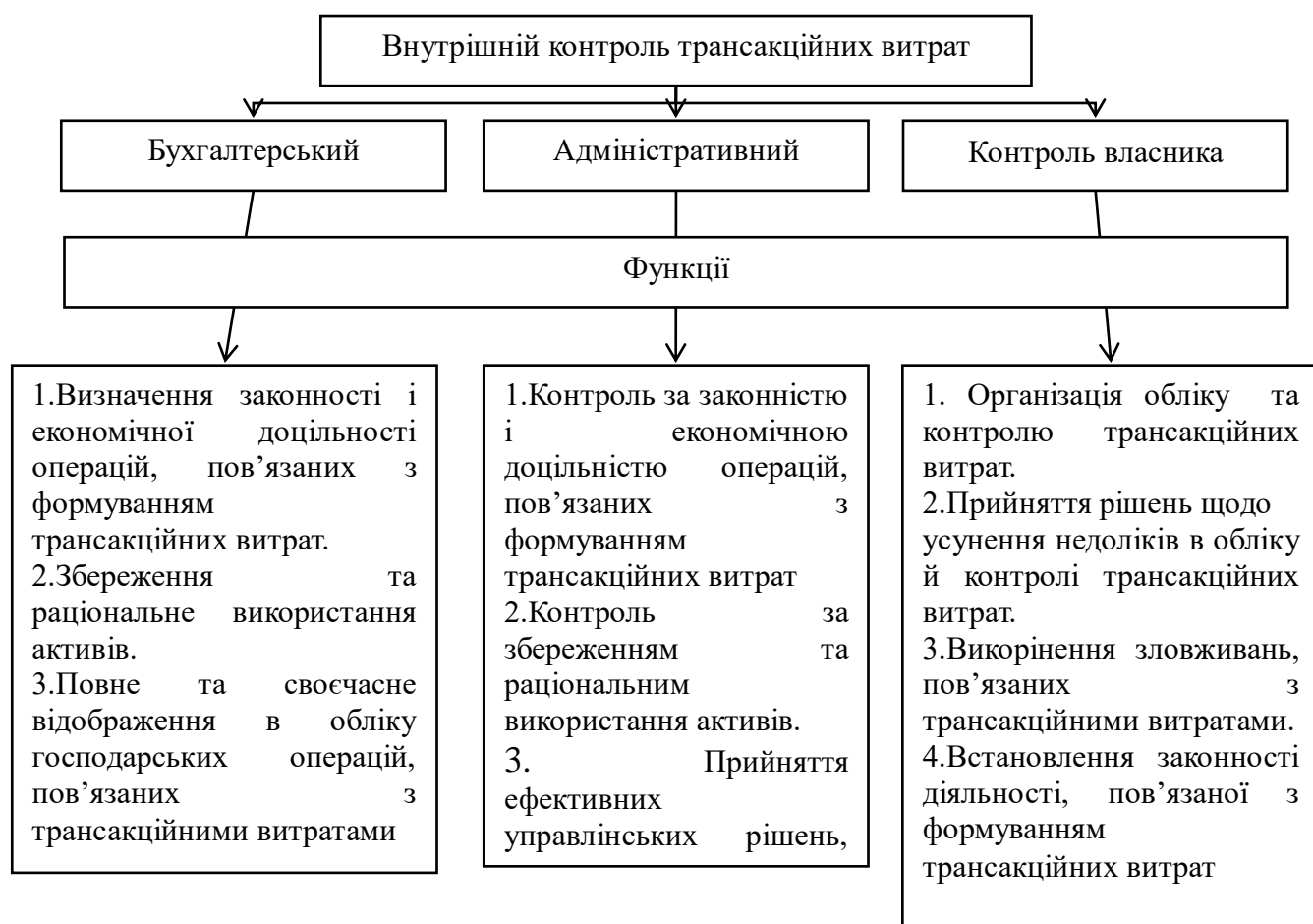


Рисунок 1 – Складові внутрішнього контролю трансакційних витрат

У цілому, використання результатів внутрішнього контролю трансакційних витрат підприємства слугує цілям управління підприємством:

а) забезпечення конкурентоспроможності підприємства; б) його інвестиційної привабливості; в) економічної безпеки підприємства та формування його іміджу.

Організаційно-методичне забезпечення внутрішнього контролю трансакційних витрат підприємства містить такі складові:

1) організація обліку; збір інформації; 2) накопичення та збереження інформації; 3) розрахунок показників контролю та їх аналіз; 4) розробка й обрання форм подання результатів оцінки; 5) визначення напрямів використання результатів оцінки; 6) контроль за оцінкою[2].

Особа, що здійснює контроль, опосередковано впливає на рішення керівника, а через них – на всю діяльність підприємства, що сприяє в подальшому зниженню загального рівня витрат, а також покращенню його загального стану та, як наслідок, підвищення конкурентоспроможності підприємства. Водночас, неправдива та неповна інформація про трансакційні витрати, що надається керівникам, може нести небезпеку, оскільки через рішення керівника вплив здійснюється на всю господарську діяльність підприємства.

Виконавцями внутрішнього контролю трансакційних витрат підприємства можуть бути як фахівці, які працюють на виробництві, так і залучені спеціалісти. Оскільки трансакційні витрати є новою категорією для сучасних спеціалістів, то через брак знань про такі витрати організувати ефективний облік та контроль за цим об'єктом власними силами підприємства може бути складно. Тому на початковому етапі його впровадження доцільним є запросити спеціалістів зі сторони. Зовнішніми виконавцями внутрішнього контролю трансакційних витрат підприємства можуть бути консалтингові фірми, аудиторські фірми, незалежні консультанти або аудиторів.

Доступ до аналітичної інформації для зовнішніх користувачів має бути обмежений, адже відомості про трансакційні витрати підприємства можуть

мати статус комерційної таємниці[1].

Таким чином, для ефективної реалізації управлінських рішень та отримання запланованих результатів управлінському персоналу необхідно здійснювати контроль за виконанням прийнятих рішень і виважено підходити до кожного з них.

Список використаної літератури

1. Костирко І. Г. До питання обліку трансакційних витрат / І. Г. Костирко, Н. П. Молоко // «Економічні науки». – Серія «Облік і фінанси». – Випуск 9 (33). – Ч.2. – 2012 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/en_oif/2012_9_2/19.pdf.

2. Шепеленко, О. В. Управління трансакційними витратами в економіці України [Текст] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. екон. наук: спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством» / О. В. Шепеленко; Донецький національний ун-т. – Донецьк, 2008. – 38 с.

Радіонов В.В., студент

*Максименко Д.В., к.е.н.,
доцент кафедри обліку, оподаткування
та менеджменту
Мукачівський державний університет
dvmaksym@gmail.com*

ПОНЯТТЯ ВИТРАТ ТА ДОХОДІВ

В умовах ринкової економіки України, великої актуальності набували такі терміни, як «дохід» та «витрати», що виступають передумовою діяльності кожного підприємства.

Бухгалтерський облік витрат і доходів являє собою систему підприємства, якій належить головна роль у процесі збирання, обробки та надання інформації для забезпечення усіх інших функцій управління підприємством, а саме для:

маркетингу, менеджменту, аналізу і контролю. Якщо виражатися простіше, то ця система відображає і узагальнює господарські операції в єдиному грошовому вимірнику. В системі обліку дані про доходи та витрати є надзвичайно цінними, оскільки вони являють собою основне джерело інформації про доходи та витрати підприємства та формування фінансового результату.

Термін «дохід» являє собою отримання активів, внаслідок певного виду діяльності. Згідно із законодавством України всі суб'єкти ринку здійснюють свою діяльність з метою отримання доходу (прибутку).

Отримання доходів свідчить про те, що продукція підприємства знайшла свого споживача та відповідає вимогам попиту ринку, іншим технічним характеристикам та властивостям. Отримання доходу підприємством свідчить про те, що воно є фінансово спроможним за умови, якщо розмір одержаних доходів перевищує понесені витрати.

Класифікація визнаних доходів в бухгалтерському обліку за групами:

- 1) доходи підприємства;
- 2) доходи від операційної діяльності;
- 3) доходи від інших видів діяльності;
- 4) доходи від основної діяльності;
- 5) інші операційні доходи [1].

Поділ доходів підприємства залежно від видів діяльності:

1) Дохід (виручка) від реалізації продукції – загальний дохід від реалізації продукції, товарів, робіт або послуг без вирахування наданих знижок, повернення раніше проданих товарів та непрямих податків і зборів.

2) Чистий дохід від реалізації продукції визначається шляхом вирахування з доходу від реалізації продукції, товарів, робіт, послуг наданих знижок, вартості повернутих раніше проданих товарів, доходів, що за договорами належать комітентам та податків і зборів.

3) До складу інших операційних доходів включаються суми інших доходів від операційної діяльності підприємства: дохід від операційної оренди

активів; відшкодування раніше списаних активів; дохід від операційних курсових різниць; дохід від роялті, відсотків, отриманих на залишки коштів на поточних рахунках в банках, дохід від реалізації оборотних активів, необоротних активів, утримуваних для продажу, та групи вибуття тощо.

4) До складу фінансових доходів включаються дивіденди, відсотки та інші доходи, отримані від фінансових інвестицій.

5) До складу інших доходів, зокрема, включаються дохід від реалізації фінансових інвестицій; дохід від неопераційних курсових різниць та інші доходи, які виникають у процесі господарської діяльності [2].

Вагомою рисою економіки України є її перехідний стан, а отже, і постійний розвиток. На сьогодні поняття «витрати» є надзвичайно важливим для всіх господарюючих суб'єктів, а також для держави в цілому. Величина витрат являє собою головний резерв зростання прибутку підприємства.

На сучасному етапі в економічній літературі можна часто побачити використання таких термінів як «затрати» та «витрати». Деякі автори особливо не замислюються над сутністю цих понять та вживають їх в своїх працях як синоніми, а інші намагаються розмежувати дані категорії та пояснити їх відмінність. Наприклад, Бутинець Ф.Ф. у своєму підручнику «Теорія бухгалтерського обліку» спробував ретельно дослідити та розмежувати трактування значень цих двох термінів. На його думку, такі розбіжності виникають, через трактування в російській літературі термінів «расходы» (українською – видатки), «затраты» (українською – витрати, затрати) та «издержки» (українською – витрати, затрати) вони сприймаються як синоніми.

В Законі України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» широко лише застосовується поняття «витрати», термін «затрати» взагалі не використовується.

Отже, поняття «затрати» не закріплено на законодавчому рівні, але виходячи з сутності даної категорії, його більш доцільно використовувати в цілях управлінського обліку. Поняття «витрати» наведено у П(С)БО 16 «Витрати», де зазначається, що «витрати» являють собою зменшення

економічних вигід у вигляді вибуття активів або збільшення зобов'язань, яке призводить до зменшення власного капіталу, за винятком зменшення капіталу за рахунок його вилучення або розподілу власниками.

Необхідно зазначити, що навіть після впровадження великих змін у системі ведення обліку та її перехід до зарубіжної практики собівартість продукції вітчизняних підприємств залишається високою, що робить її неконкурентоспроможною на зовнішньому ринку. На практиці така ситуація призводить до скорочення обсягів виробництва. Тому потрібно чітко контролювати склад витрат, що формують собівартість продукції. У цьому допоможе розроблена та затверджена для організації бухгалтерського обліку процесу виробництва класифікація витрат підприємства:

1) В залежності від видів діяльності:

- витрати, які виникають у процесі операційної діяльності;
- витрати, які виникають у процесі інвестиційної діяльності;
- витрати, які виникають у процесі фінансової діяльності.

2) За економічним змістом (елементами витрат):

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

3) За відношення до виробничого процесу

- основні; – накладні.

4) За способами включення до собівартості

- прямі; – непрямі.

5) За відношенням до звітнього періоду

- витрати поточного періоду; – витрати минулого періоду;
- витрати майбутнього періоду.

6) За центрами відповідальності

- витрати виробництва; – витрати цеху;
- витрати дільниці; – витрати функціональних служб.

7) За способом відображення в звітності

- спожиті; – неспожиті.

8) За ступенем залежності від обсягів діяльності

– змінні; – постійні.

9) За складом витрати

– одноелементними; – комплексними [3].

Групування витрат за економічними елементами здійснюється в усіх галузях господарства. Це дає можливість встановити потребу в основних та оборотних засобах та відображує їх використання.

Слід пам'ятати про те, що найважливішим завданням підприємства є отримання прибутку, проте без даних доходів та витрат неможливе раціональне керування діяльністю підприємства.

Список використаної літератури

1. Пелешко Н. М. Аналітичні процедури аудиту доходів і витрат підприємства [Електронний ресурс] / Н. М. Пелешко. – Режим доступу: http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/vnulp/Management/2009_647/79.pdf.

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 15 «Дохід», затверджене наказом Міністерства фінансів України від 29.11.1999 р. № 290, із змінами і доповненнями, внесеними наказами Міністерства фінансів України, у тому

126 числі наказом від 09.12.2011 р. №1591 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0860-99>.

4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 16 «Витрати», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31 грудня 1999 р. № 318 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z0027-00>.

Репина С. О.,

*Романова О. В., старший преподаватель
кафедры статистики, учета и
экономической информатики*

*Днепропетровский национальный университет имени А. Гончара
w1035@ukr.net*

ИЗМЕНЕНИЯ В МЕТОДОЛОГИИ АУДИТА БУДУЩЕГО

В эффективном управлении любым предприятием важно не только рациональное использование имеющихся ресурсов и хорошо проработанная стратегия дальнейшего развития, но и постоянный контроль за деятельностью на всех уровнях управления.

Несомненно, каждый, не раз слышал фразу «Движение – это жизнь», но вот только толковать ее можно по-разному. К примеру, рассматривая экономическую сферу деятельности субъектов, под «движением» подразумевается развитие предприятий, мирового бизнеса и конечно же, усовершенствование схем финансовых махинаций. Последнее, замечают даже рядовые граждане страны, которые далеки от экономики, ведь очень часто об различных финансовых хищениях упоминают в СМИ, поэтому важность в развитии и модернизации систем аудита не поддаётся сомнению.

В наше время, работа аудитора включает в себя множество механических действий таких как заполнение различных форм, бланков, формирование документации и т.д., которые встречаются на всех этапах аудиторской проверки, начиная от планирования и сбора данных и заканчивая подписанием заключения и отчета о проведенном аудите, то есть, происходит простой перенос в электронную форму тех расчетов, которые раньше высчитывались на бумаге. Разумеется, это существенно упростило процесс проведения контроля на предприятии, но все же на современном этапе развития технологий этого уже недостаточно.

Тут можно привести множество примеров, но так как чаще всего финансовые махинации связаны с неуплатой налогов, то логично рассмотреть именно их. Если раньше самыми известными неплательщиками налогов считались представители преступного мира, такие как Аль Капоне которого осудили на 11 лет тюрьмы за неуплату налогов в размере \$215 тыс., то сейчас даже, на первый взгляд, добропорядочные знаменитости оказываются замешаны в скандалах данного рода.

Рекордная сума неуплаты, по данным газеты «Коммерсантъ», числилась за известными итальянскими модельерами Доменико Дольче и Стефано Габбана, которые с помощью финансовых махинаций скрыли от налогов около €1 млрд дохода. В дальнейшем они были оправданы высшей судебной инстанцией [2]. Эта ситуация показывает недостаточное адаптирование аудиторских систем к новым видам махинации, ведь этот механизм (в приведённом выше примере), функционировал достаточно долгое время, до его непосредственного выявления. Различные международные эксперты в области экономики отмечают, что базовая методология аудита остается неизменной уже более десяти лет, и это в свою очередь является проблемой требующей срочного решения.

Говоря о нововведениях в методологии аудита будущего, следует отметить некоторые тенденции, в направлении которых сейчас идет вся мировая система аудиторской проверки [1]:

1. Виртуальный аудит

Виртуальный аудит заключается в том, что работу, которую аудиторские работники обычно выполняют непосредственно, находясь на объекте проверки (предприятие, фирма, здание государственных служб и т.п) будет проводиться в офисе аудиторской компании, что значительно сократит расходы как по времени, так и финансовые. Подразумевается, что аудиторские работники будут проводить базовую проверку всей необходимой финансовой документации клиентов, заранее загруженной на безопасный портал, который будет иметь высокий уровень устойчивости перед хакерскими атаками, шпионским ПО и

троянскими программами. После завершения данных задач аудиторы могут провести, по необходимости, беседы со своими клиентами и обсудить некоторые вопросы или же просто передать аудиторский отчет и рекомендации дальнейшего совершенствования бизнеса клиента. Сейчас проработаны две модели данной системы. Первая заключается в так называемой «командной» работе, когда группа аудиторов занимается лишь одним проектом. А второй вариант, который в теории часто называют «сервисный центр» заключается в том, что, определенных сотрудников направляют на выполнение одной конкретной задачи, которая нужна для аудиторских проверок сразу нескольких клиентов(предприятий).

2. Непрерывный аудит

Непрерывный аудит подразумевает постоянный мониторинг финансового капитала предприятия в течение всего времени действия договора с аудиторской компанией или на постоянной основе, имея собственную аудиторскую команду в составе предприятия, чтобы убедиться, что все финансовые операции корректны и находят свое отражение в отчетности. Во многих экономично развитых странах данный подход является весьма популярным среди предпринимателей. Проводя ежеквартальные аудиторские проверки появляется возможность быстрой коррекции ошибок и расхождений в бухгалтерской отчетности, которые, в свою очередь, при позднем их выявлении могут способствовать не только появлению финансовой задолженности предприятия, но и привести к его банкротству.

И в заключение, следует отметить то, что «анализ данных» все больше используется в аудите и многие эксперты высказывают свою точку зрения про то, что он будет лежать в основе аудита будущего.

В современном мире все очень быстро меняется, и методология аудита должна адаптироваться к этим изменениям, чтобы эффективно выполнять свои функции.

Список використаної літератури

1. How audit methodologies will change in the future [Електронний ресурс].

Режим доступу к ресурсу: <https://www.journalofaccountancy.com/news/2017/jun/audit-methodologies-will-change-in-future-201716772.html>

2. Какие знаменитости уклоняются от налогов [Електронний ресурс]. -
Режим доступу к ресурсу: <https://www.kommersant.ru/doc/2694895>

Сенишин Б.Б., студентка

Львівський національний університет імені Івана Франка

Науковий керівник: Гончарук С.М., к.н.е. доцент

доцент кафедри обліку, аналізу і контролю

Львівський національний університет імені Івана Франка

bohdana1404@gmail.com

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ КОНТРОЛЬ НА ПІДПРИЄМСТВАХ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В сучасних умовах господарювання питання організації бухгалтерського контролю займає значне місце в організації бухгалтерського обліку, оскільки потребує постійної уваги з боку адміністрації підприємства та керівників структурних функціональних підрозділів. Він охоплює всі сфери виробничо-господарської діяльності підприємства такі, як: постачання, виробництво, збут готової продукції та всі види діяльності підприємства, пов'язані з господарським процесом.

Метою дослідження є висвітлення особливостей організації та застосування бухгалтерського контролю на підприємствах.

Вагомий внесок у розвиток окремих аспектів внутрішнього контролю на підприємствах здійснили такі науковці, як Ф. Бутинець, М. Білуха, А. Герасимович, В. Лишиленко, М. Мельник, О. Редько, В. Родіонова, В. Рудницький, В. Сопко, Л. Сук, В. Шевчук, Б. Усач та ін.

Організація та проведення внутрішнього фінансово-бухгалтерського контролю виступає одним із основних обов'язків головного бухгалтера підприємства відповідно до п. 7 ст. 8 Закону України «Про бухгалтерський облік і фінансову звітність в Україні» [1].

Бухгалтерський контроль — це сукупність процедур, що забезпечують збереження активів підприємства та достовірність звітності, що складається службою бухгалтерського обліку на основі даних, отриманих від функціональних підрозділів (рис. 1) [2].

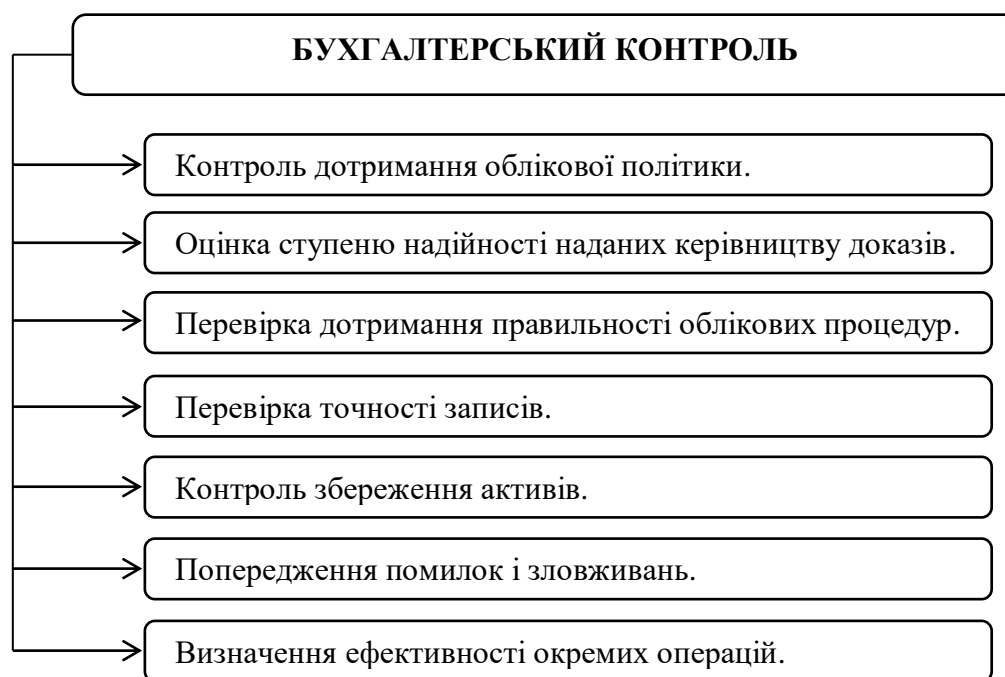


Рисунок 1 – Складові бухгалтерського контролю

Джерело [2].

Виходячи із складових бухгалтерського контролю можна відмітити, що його мета полягає у проведенні перевірки щодо доцільності і вірогідності господарських операцій до моменту їх здійснення або перед їх завершенням на підставі первинних документів, Крім того перевірка повинна забезпечити правильність організації та ведення бухгалтерського обліку і вивчення результатів господарської діяльності підприємства.

Правильно організований процес бухгалтерського контролю повинен бути цілісною єдиною системою взаємопов'язаних способів, прийомів і методів

для забезпечення вірогідності інформації та її збереження при обробці, узагальненні і класифікації бухгалтерською службою підприємства.

У цілому система бухгалтерського контролю повинна бути надійною і відповідати встановленим вимогам (рис. 2), адже, основне завдання бухгалтерського контролю полягає у забезпеченні вірогідності даних у процесі обліку.



Рисунок 2 – Вимоги до системи бухгалтерського контролю

Джерело [3].

Бухгалтерський контроль здійснюється для забезпечення надійності облікових даних, виконуючи наступні цілі: попередження втрат грошей чи

цінностей в результаті крадіжок чи зловживань; забезпечення точного відображення фактів господарського життя та інформації в облікових регістрах, забезпечення безпомилкового відображення господарських операцій відповідно до їх економічної сутності, забезпечення продуктивності системи документообороту і калькулювання, а також використання дієвих операційних процедур.

Бухгалтерський контроль буває: попередній, поточний і наступний (рис.3).

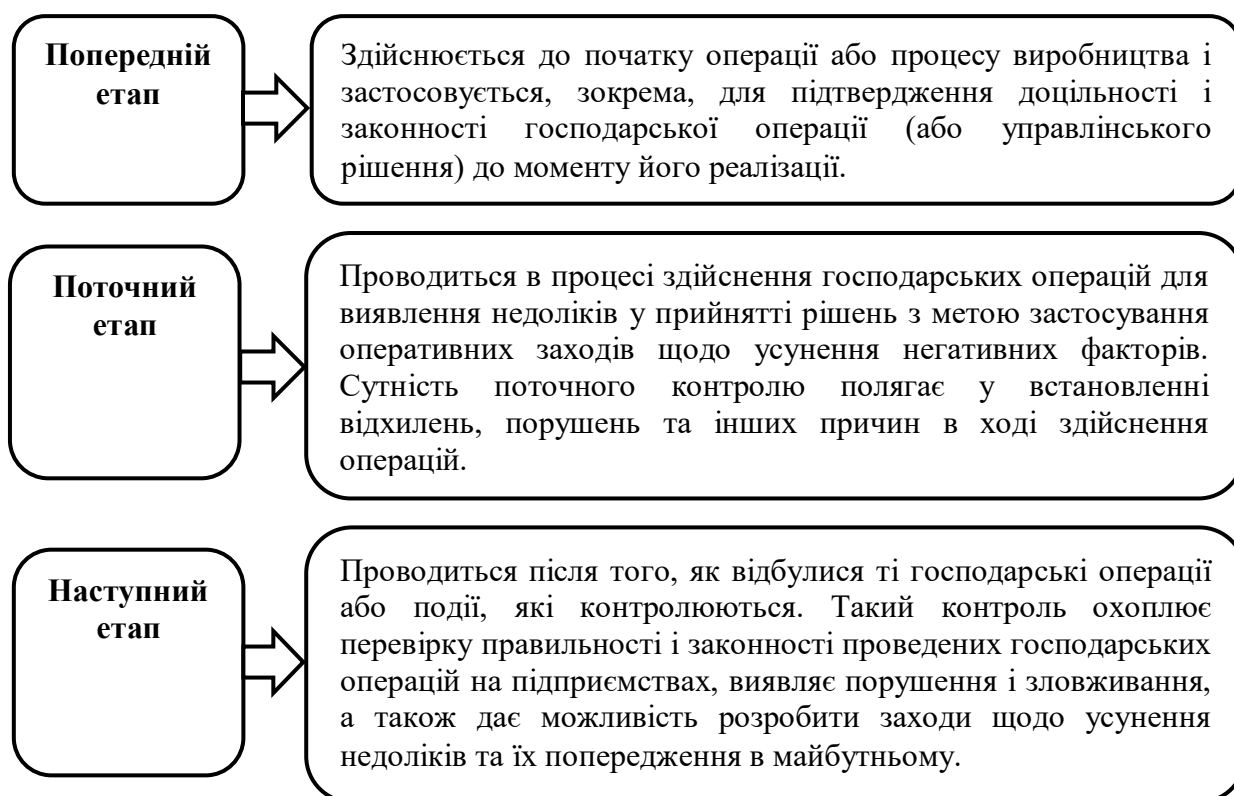


Рисунок 3 – Види бухгалтерського контролю за часом проведення
Джерело [2].

Важливою ділянкою бухгалтерського контролю є перевірка правильності відображення господарських операцій на рахунках бухгалтерського обліку, записів операцій в облікових регістрах, використання правил групування та зберігання документів, а також дотримання відповідності показників облікових регістрів відповідно до форм звітності [3].

Головний бухгалтер несе відповідальність та забезпечує дотримання на підприємстві встановлених методологічних засад бухгалтерського обліку, складання і подання у встановлені строки фінансової звітності, організацію контролю за відображенням на рахунках бухгалтерського обліку всіх господарських операцій.

За результатами перевірок, досліджень та аналізу складають акти, якщо встановлено порушення, помилки і відхилення. Внаслідок чого виникає потреба у прийнятті ефективних управлінських рішень.

Таким чином, бухгалтерський контроль є ефективним засобом управління підприємствами, який дає змогу розв'язати поставлені завдання, а також сприяє вирішенню загальних або часткових завдань. Серед них слід виділити: сприяння досягненню цілей господарюючого об'єкта; попередження зривів у роботі; виявлення невикористаних ресурсів; попередження нераціональних витрат і безгосподарності; виявлення сутності господарських операцій; попередження протизаконних дій і втрат; прийняття коригувальних заходів; виявлення реальності фактичного стану об'єкта; виявлення результатів управлінських взаємодій; визначення відповідності господарського процесу управлінським рішенням, виявлення ступеня реалізації управлінських рішень.

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність» від 16 липня 1999 р. № 996-XIV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=996-14>.

2. Організація обліку : посібник для студентів спеціальності 7.03050901 і 8.03050901 «Облік і аудит» усіх форм навчання / О. М. Романькова, І. В. Сидоренко. – Краматорськ : ДДМА, 2016. – 116 с.

3. Юнацький М.О. Бухгалтерський контроль: проблеми організації та звітність / М.О. Юнацький // Глобальні та національні проблеми економіки.– 2016. – Випуск 10. – С.1009-1013.

*Сокольська Р.Б., к.е.н., доцент
доцент кафедри обліку і аудиту
Зелікман В.Д., к.т.н., доцент
завідувач кафедри обліку і аудиту
Національна металургійна академія України
zelikman.kaf-oa@email.ua*

ОЦІНКА ТРУДОМІСТКОСТІ ОБЛІКОВИХ РОБІТ ЗА КОНТРОЛЬНО- ОБЛІКОВИМИ ТОЧКАМИ

Однією з проблем, які постають перед вітчизняними підприємствами у сучасних умовах господарювання, є підвищення ефективності роботи персоналу. Повною мірою це стосується й організації роботи працівників апарату бухгалтерії, що, у свою чергу, вимагає визначення рівня їх завантаженості на основі обґрунтованих нормативів трудомісткості облікових робіт.

Трудомісткість облікових робіт може бути визначена за методикою, наведеною в роботі [1]. Проте, незважаючи на урахування в запропонованому підході специфічних особливостей облікового процесу, питання оцінки трудомісткості робіт на різних його етапах потребують більш детального розгляду.

У теперішній час у нормативних документах з бухгалтерського обліку немає визначення власне облікового процесу, проте його можна розглядати як єдиний циклічний організований процес документування, обробки, представлення та використання інформації про господарюючого суб'єкта [2]. Обліковий процес формується самим підприємством, виходячи з особливостей його діяльності та прийнятої облікової політики, що є поєднанням загальноприйнятих підходів до здійснення обліку з розробками конкретного підприємства з їх раціоналізації і вдосконалення. В обліковому процесі можуть бути відокремлені декілька основних видів робіт, розподілених на чотири стадії.

На першій стадії здійснюється поточне спостереження, збір, вимір і

реєстрація господарських операцій. Ці складові облікового процесу тісно пов'язані між собою і в сукупності забезпечують здійснення документування операцій. На другій стадії облікового процесу інформація, що міститься у первинних документах, обробляється, тобто систематизується, групується й узагальнюється у відповідних облікових регістрах. На третій стадії підсумкова інформація з облікових регістрів переноситься у форми бухгалтерської (фінансової) звітності та, нарешті, четверта стадія облікового процесу передбачає використання облікової та звітної інформації в аналізі фінансово-господарської діяльності підприємства та прийнятті обґрунтованих управлінських рішень.

Організація облікового процесу на сучасному підприємстві передбачає насамперед виявлення особливостей підприємства, його організаційної структури, взаємозв'язку окремих підрозділів, їх територіального розташування, особливостей виробничого процесу тощо. Це дозволить визначити об'єкти обліку, обсяг і характер облікової роботи, налагодити документообіг, встановити терміни, необхідні для забезпечення контролю за господарською діяльністю, упорядкувати форми і зміст управлінської звітності, вирішити питання щодо рівня централізації обліку.

Зрозуміло, що на різних етапах облікового процесу та для різних об'єктів обліку аналогічні операції можуть суттєво відрізнятися за своєю трудомісткістю. Тому оцінку трудомісткості облікових робіт доцільно здійснювати за контрольно-обліковими точками. Під контрольно-обліковою точкою слід розуміти синтетичну або аналітичну позицію (стаття, елемент, рахунок, субрахунок, аналітичний рахунок, етап обробки інформації тощо), які використовуються в процесі збирання, реєстрації і узагальнення інформації шляхом суцільного, безперервного та документального обліку господарських операцій. Аналіз облікового процесу для виділення контрольно-облікових точок передбачає використання загально наукових методів деталізації та групування. Контрольно-облікові точки для оцінки трудомісткості можуть бути виділені на різних рівнях облікового процесу, як наведено на рисунку 1.

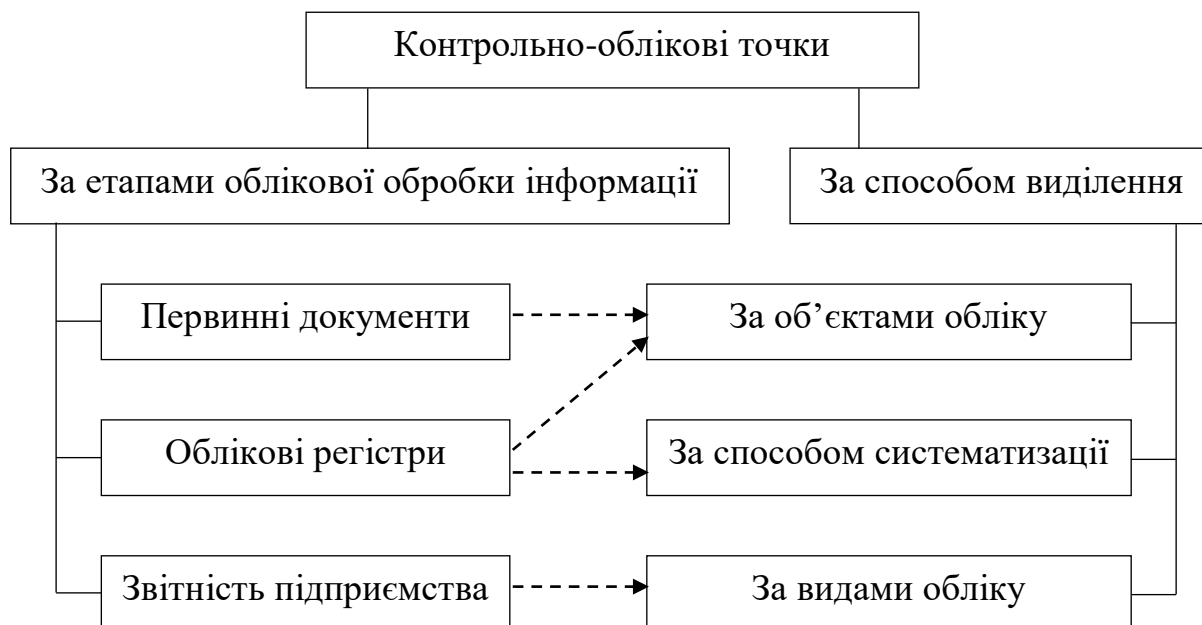


Рисунок 1 – Визначення контрольно-облікових точок для оцінки трудомісткості облікових робіт

Оцінку трудомісткості робіт можна здійснювати на будь-якому рівні деталізації контрольно-облікових точок, але більш доцільним уявляється розрахунок трудомісткості робіт за контрольно-обліковими точками, які виділені за етапами облікової обробки інформації.

Список використаної літератури

1. Сокольська Р.Б. Методичний підхід до визначення трудомісткості облікових робіт / Р.Б. Сокольська, В.Д. Зелікман, І.А. Фандєєва // Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Збірник наукових праць. – Ужгород, 2018. – Випуск 1(51). – С. 457 – 462.

2. Король Г.О. Бухгалтерський облік: Навч. посібник. Частина I. Теорія бухгалтерського обліку / Г.О. Король, Р.Б. Сокольська, Т.В. Акімова, В.Д. Зелікман. – Дніпро: НМетАУ, 2017. – 208 с.

*Солопихіна М.В., студентка
Ізюмцева Н.В., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту
та соціально-гуманітарних дисциплін
Харківський навчально-науковий інститут
Державного вищого навчального закладу
«Університет банківської справи»
solopihina.m@gmail.com*

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ДЕМОКРАТИЧНОГО СТИЛЮ КЕРІВНИЦТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Керівництво – це вид управлінської діяльності, який на засадах влади забезпечує виконання функцій менеджменту, формування методів менеджменту та їх трансформацію в управлінські рішення шляхом використання комунікацій[1].

Стиль керівництва - це манера поведінки керівника та комплекс прийомів, які він застосовує в процесі управління. В залежності від того, який стиль використовує менеджер, можна робити висновки про те, як він виконує свою роботу. Стиль керівництва проявляється у виконанні посадових обов'язків, підході до вирішення задач, манері спілкування з колективом та впливі на думки і поведінку підлеглих.

Уперше класифікація стилів керівництва була розроблена відомим теоретиком менеджменту К. Левінім у 1939 році і спиралася на наступні параметри: спосіб прийняття рішення, спосіб розподілу функцій у розв'язанні завдань, форми контролю, розподіл відповідальності. За цими показниками були виокремлені три стилі керівництва[2]:

1. Авторитарний стиль . Його характерні риси це зосередження повної влади у керівництва, із запереченням ініціативи працівників й обговорення прийнятих рішень;

2. Ліберальний стиль. Характеризується тим, що керівник прагне виконати свої функції в умовах значної свободи дії своїх підлеглих.

3. Демократичний стиль. Заохочує колегіальність і будь-яку ініціативу, залучає підлеглих до вироблення і прийняття спільних рішень;

В сучасному світі набирає оберти демократичний стиль керівництва. Він є ефективним, бо забезпечує високу вірогідність прийняття зважених рішень, високі результати праці та підвищує активність працівників. Підтримує ініціативу колективу, та забезпечує сприятливий психологічний клімат і згуртованість працівників.

Керівник демократичного стилю замість жорстокого контролю підлеглих у процесі їх роботи, як правило, чекає, коли роботу буде виконано до кінця, щоб оцінити її. Демократичний стиль керівництва має підкріплюватися високоефективною системою контролю. Тому, цей керівник витрачає відносно більше часу на організацію і контроль [2].

Демократичний тип керівника, прагне надати підлеглим самостійності, зважаючи на їх кваліфікацію. Також залучає їх до визначення цілей, оцінки роботи, підготовки та прийняття рішень, з повагою ставиться до людей і турбується про них, створюючи гарні умови для виконання роботи.

Демократичний стиль є комфортним для підлеглих, які проявляють ініціативу для покращення справи, якою вони займаються. Він успішно виконується за наступних умов:

- стабільний, сталий колектив;
 - висока кваліфікація працівників;
 - наявність активних, ініціативних, нестандартно мислячих і діючих працівників
- не екстремальні виробничі умови;
 - можливості здійснення вагомих матеріальних затрат [3, с. 43].

Але у демократичного стилю також є ряд недоліки. Один з найвагоміших є велика кількість зборів, на яких можна спостерігати багаторазове обговорення ідей працівників.

Демократичний стиль керівництва набагато менш успішний, коли працівники недостатньо компетентні чи інформовані і не можуть допомогти

своєму начальнику слухною порадою, або за умов, коли необхідно досягти згоди у суперечливих питаннях під час кризи[2].

Якщо розглядати демократичний стиль керівництва в умовах криз, ми можемо зіштовхнутися з такими проблемами, як велика кількість суперечок в колективі та розбіжність думок. Це гальмує процес прийняття оптимального рішення. Вагомим недоліком є мінімальна участь керівника в управлінні, бо колектив може приймати рішення щодо основних напрямів своєї діяльності самостійно. Це передбачає високу свідомість і ініціативу всіх членів колективу. Але далеко не всі колективи готові до такої форми самоврядування.

В умовах кризи, управління - це важкий процес. Воно складається з великої кількості різних аспектів, які можна розглядати у різній послідовності залежно від ситуації. Одним з прикладів напряму вивчення лідерства є ситуаційна теорія Ф. Фідлера. У рамках своєї теорії він запропонував модель ефективності лідерства, на основі сприятливості ситуації для лідера.

Згідно з теорією Ф. Фідлер є три чинники «сприятливість» ситуацій:

- відносини між лідером і підлеглими;
- структура завдання;
- сила влади (або повноважень).

Проаналізувавши результати досліджень, Фідлер стверджує, що сприятливість ситуації у поєднанні з найбільш прийнятним стилем лідерства визначають ефективність управління. Ситуаційна модель Фідлера доводить, щоб були ефективними керівником, потрібно розміщувати менеджерів для виконання посадових обов'язків з їх незмінним стилем в залежності від конкретної ситуації, то б то там, де вони зможуть з користю використовувати свої властивості та інструменти. Але особливої уваги заслуговує його практичні рекомендації та висновки, згідно з якими у кризових ситуаціях найбільш ефективно спрацьовують керівники з авторитарним стилем управління. Що дає нам можливість вбачати, що в важких, складних, непрогнозованих ситуаціях, які мають тенденцію до постійних змін, що з великою вірогідністю можуть привести до кризи, залучати до керівництва персоналом слід керівників, що

застосовують більш жорсткі методи та можуть називатися автократами. Їх стиль буде показувати набагато кращі результати в підтримці спокою, дисципліни, організованості і порядку, що і є необхідними умовами виходу з кризової ситуації.

Отже, у кожного стиля керівництва є свої переваги та недоліки. Демократичний стиль керівництва є дуже ефективним за умови згуртованості колективу та високої кваліфікації працівників. Проте під час кризи важко зберігати такий клімат в колективі та можна зіштовхнутися з великою кількістю суперечок. Це буде віднімати багато часу для узгодження та прийняття управлінських рішень. Від цього може послабитись контроль, і це призведе до погіршення ситуації. А криза вимагає від нас швидкого реагування на проблеми та прийняття оптимальних рішень. Тому необхідно чітко розуміти положення, та використовувати найбільш ефективний стиль керівництва в залежності від ситуації.

Список використаної літератури

1. Керівництво організацією: Навч. посібник / О.С. Кузьмін, Н.Т. Мала, О.Г. Мельник, І.С. Процик. – Львів: Вид-во Нац. ун-ту «Львівська політехніка», 2008. – 50 с.

2. Антикризовий менеджмент: навч. посібник / Л. І. Скібіцька, В. В. Матвеев, В. І. Щелкунов, С. М. Подреза. - К. : ЦУЛ, 2014. - 584 с. [Електроний ресурс] -<https://textbook.com.ua/menedzhment/1473451624/s-33>

3. Герчанівська П.Е., Левківський К.М., Федорова І.І. Культура управління. – К.: «Політехніка», 2005. – 152 с.

4. Стили управління в подоланні криз та їх характеристика [Електроний ресурс] -
https://pidruchniki.com/1997062661316/menedzhment/stili_upravlinnya_podolanni_kriz_harakteristika

*Східницька Г. В., к.е.н., доцент
доцент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Львівський національний аграрний університет
galina_shid@ukr.net*

*Кондратюк К. В., студентка,
Львівський національний аграрний університет
katya_5757@ukr.net*

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування і розвиток конкурентних стратегій виступає одним із важливих завдань стратегічного управління, яке може бути успішно вирішене при функціонуванні системи стратегічного управління в сільськогосподарських підприємствах. Без стратегічного управління господарюючий суб'єкт здатний ухвалювати лише короткострокові рішення. Сучасним умовам господарювання притаманна нестабільність зовнішнього ринкового середовища та динамічно відбуваються зміни, які суттєво перевищують швидкість у відповідь реакції сільськогосподарських товаровиробників. Тому, проблеми, пов'язані з реалізацією конкурентних стратегій сільськогосподарських підприємств та необхідність використання підходів до визначення конкурентного потенціалу аграрних підприємств в умовах мінливості зовнішнього середовища змушують шукати шляхи їх вирішення і стали підґрунтям для наукового дослідження.

Теоретичні і методологічні основи досліджень стратегічних аспектів розвитку підприємницької діяльності відображені у наукових дослідженнях зарубіжних вчених західної економічної школи. Дослідженням теоретичних основ конкурентного розвитку, природи конкурентоспроможності присвячено багато праць закордонних і вітчизняних науковців, різних напрямів економічної науки. А. Сміт, Д. Рікардо, Дж. С. Мілль розглядали конкуренцію переважно з точки зору цінового суперництва.

Проте, треба зазначити, що в даній проблемі є ще багато недосліджених питань, які потребують не лише дискусійного вирішення, але й постановки.

Доцільно було б у наукових дослідженнях більше уваги приділити обґрунтуванню методики оцінки впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на формування конкурентних стратегій сільськогосподарських підприємств із врахуванням їх специфічних умов господарювання, а також не розкритими в повній мірі є питання формування конкретних перспективних напрямів розвитку стратегічного управління суб'єктів господарювання аграрної сфери.

Позитивним фактом є те, що в науковому сприйнятті ці проблеми досліджується з різних точок зору і мають вагоме підґрунтя для реалізації.

Концепція побудови стратегічного управління в сільськогосподарських підприємствах і, зокрема, процесу формування і реалізації конкурентних стратегій, істотно відрізнятиметься від тих підходів, які використовуються в промисловості. Методологія процесу формування конкурентних стратегій саме у аграрних підприємствах має бути сформована із сукупності специфічних методів та принципів прийняття управлінських рішень в області формування і реалізації конкурентних стратегій. При побудові таких конкурентних стратегій у сільському господарстві необхідно враховувати варіанти практичної реалізації управлінських рішень для досягнення цілей, що дозволяють підприємству оптимально використовувати існуючий конкурентний стратегічний потенціал і залишатися у конкурентному середовищі. Це пояснюється наявністю специфічних умов діяльності вітчизняних аграрних підприємств.

Аналізуючи специфіку сільськогосподарського виробництва констатуємо, що кожна особливість пов'язана з низкою проблем виробничого, управлінського, соціально-економічного характеру [1, с. 224]. Для розробки відповідної методологічної бази формування і реалізації стратегій, доцільно систематизувати особливості сільськогосподарського виробництва із орієнтацією на специфічні умови його здійснення. Так, узагальнимо специфічні особливості діяльності сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах господарювання:

1. Наявність і вплив природно-кліматичних факторів;
2. Задоволення соціальних потреб продуктами харчування;

3. Пролонгований виробничий цикл;

4. Багатофункціональне виробництво сільськогосподарської продукції і його диверсифікація;

5. Недосконалість нормативно-правового забезпечення функціонування аграрних підприємств та політична нестабільність;

6. Трансформаційні і циклічні зміни у функціонуванні АПК.

На основі проведеного узагальнення своєрідних умов функціонування сільськогосподарських підприємств неможливо оминати увагою і актуальні проблеми їх господарювання, так як це важливий напрям дослідження формуванні конкурентних стратегій на перспективу.

Огляд наукової літератури [2, с. 11-14; 3, с. 103-104], а також результати аналізу специфічних умов діяльності сільськогосподарських підприємств дозволили сформулювати як спільні принципи формування і розвитку конкурентних стратегій, так і специфічні, такі, що відображають особливості аграрної сфери.

З метою вирішення значущих і перспективних завдань, необхідно виділити структурні елементи системи стратегічного управління на мікрорівні та корпоративні (на рівні диверсифікованого підприємства), конкурентні і операційні (функціональні) стратегії.

Модель системи стратегічного управління сільськогосподарським підприємством може бути побудована з врахуванням принципу ієрархічності в системному підході. За допомогою реалізації вищевказаного принципу існує можливість ранжування, функціонально впорядкованого ділення системи на супідрядні частки, підсистеми та елементи.

Запропонована система стратегічного управління сільськогосподарським підприємством ефективною і корисною буде на мікрорівні (тобто для суб'єктів господарювання аграрної сфери), тоді як на макрорівні структура системи буде іншою.

Для оцінки конкурентоспроможності і обґрунтування конкурентних переваг доцільно розглядувати сільськогосподарське підприємство як систему,

елементи якої виступають процесами (постачання, виробництва, реалізації продукції), і як взаємозв'язок між цими процесами – відлагоджена взаємодія процесів, при здійсненні яких результати діяльності одного процесу використовуються як фінансові ресурси (грошові надходження) для іншого.

Спробувавши систематизувати структурні елементи цілісної системи стратегічного управління, можна виокремити:

- функціональні стратегії (фінансова та маркетингова стратегії; стратегії виробництва та реалізації продукції; стратегія формування основного та оборотного капіталу);

- конкурентні стратегії ();

- напрями діяльності загальних стратегічних зон суб'єктів господарювання);

- корпоративна стратегія – узагальнення плану дій керівництва щодо функціонування диверсифікованим підприємством (загальні напрями діяльності сільськогосподарського підприємства і формування програми розвитку його у майбутньому).

Отже, сільськогосподарське підприємство може бути представлене складною взаємодоповнюючою системою взаємодії на систематичній основі усіх процесів його функціонування (виробництва, і реалізації продукції, відтворення основних фондів) [4, с. 69-70].

Використання системного підходу при розробці і реалізації конкурентних стратегій в сучасному вигляді можна представити як:

- 1) дослідження зовнішнього середовища суб'єкта господарювання і прогнозування його у майбутньому;

- 2) аналіз внутрішнього середовища суб'єкта господарювання;

- 3) визначення стратегічної конкурентної мети, що погоджується з корпоративною стратегічною метою, а також визначення стратегічних конкурентних завдань;

- 4) аналіз стратегічних альтернатив;

- 5) формування базової стратегії конкуренції;

- б) реалізація стратегічних рішень;
- 7) оцінка ефективності реалізації стратегії і її коректування.

Таким чином, на основі проведеного дослідження конкурентну стратегію сільськогосподарських підприємств доцільно розглядати через призму системи принципів діяльності суб'єктів господарювання аграрної сфери і їх відносин із зовнішнім і внутрішнім середовищами, чіткої системи визначених завдань і шляхів їх вирішення в процесі конкурентної їх поведінки та напряду діяльності, що забезпечує узгодження цілей і можливостей підприємства для досягнення конкурентних переваг в довгостроковій перспективі в конкретній стратегічній зоні.

Список використаної літератури

1. Довгань Л. Є., Каракай Ю. В., Артеменко Л. П. Стратегічне управління : навч. посіб. [2-ге вид.]. Центр учбової літератури. 2011. 440с.
2. Євчук Л. А. Стратегії забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами». Миколаїв. 2010. 36 с.
3. Євчук Л. А. Стратегічний менеджмент як механізм забезпечення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2011. №9. С. 103–107.
4. Зоря С. П. Теоретичні основи стратегічного управління конкурентоспроможністю аграрних підприємств. Матеріали наук.-практ. конф. професорсько-викладацького складу за підсумками науково-дослідної роботи за 2011 рік. Полтава : ПДАА. 2012. С. 68–70.
5. Устік Т. В. Конкурентоспроможність вітчизняної продукції в умовах глобалізації економіки. *Наукові праці Полтавської державної аграрної академії*. Економічні науки. Полтава : ПДАА. 2014. Вип. 11 (14). Т. 2. С. 57–62.

Ткаченко Л.І., студентка

*Ізюмцева Н.В., к.е.н. доцент
кафедри менеджменту та СГД
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»
diknat1972@gmail.com
liyahodorovskaya@gmail.com*

МАТЕРІАЛЬНЕ МОТИВУВАННЯ ПЕРСОНАЛУ В УМОВАХ КРИЗИ

Економічні кризи, які зумовлені причинами внутрішнього (на рівні держави) та зовнішнього (на рівні світу) характеру, викликають неабиякі проблеми в соціальному сегменті кожної країни. Кризові явища знаходять відбиток і в діяльності підприємств. Окрім неминучих фінансових втрат, можна також виокремити проблеми на рівні персоналу підприємства, до яких можна віднести: втрату кваліфікованих кадрів, оплати праці персоналу, проблеми управління та мотивації персоналу і т.д. Мотивація персоналу в умовах кризи є однією з найвагоміших проблем, які досить часто у своїх працях розглядають вчені Корягін Н.Д., Василенко В.О., Монастирська Г.В. та інші. Зі змінами в економіці виникають і зміни в системі мотивації персоналу, яким передують зміна мотивів та стимулів, які відповідатимуть сучасному становищу підприємства, для того щоб, за допомогою найбільш ефективних схем і рішень, утримати персонал, який буде допомагати підприємству вийти із кризи з найменшими втратами. Тому, основним завданням моєї статті, є пошук ефективної моделі, задля утримання кваліфікованих кадрів на підприємстві.

Провідна роль у процесі мотивації належить потребам людини, які в «укрупненому» вигляді можуть розглядатися як сукупність трьох основних груп: матеріальних, трудових і статусних. А отже існує два сценарію, за якими відбувається мотивація в умовах кризи: матеріальне та нематеріальне стимулювання (рис 1)[1].



Рисунок 1 – Види мотивацій персоналу підприємства[2].

Матеріальна мотивація є складним механізмом, адже, задля того, щоб цей механізм працював і був результативним, менеджер має володіти не лише знаннями з менеджменту, психології, а й економіки та фінансів зокрема. Цей вид мотивації має на меті грошове заохочення працівників, і в результаті: покращення їх матеріального становища, рівня життя та життєвих прагнень. Грошова винагорода також сприймається працівником як гарант його цінності і позиції на підприємстві і, як результат, покращується його власне самосприйняття. Мотивація трудової та статусної діяльності, про які було сказано вище, не може бути дієвою без задоволення матеріальних потреб, орієнтації на матеріальний інтерес працівників. Тобто, матеріальні мотиви залишатимуться передуючими, а, як результат: підвищення трудової активності працівників та позиції підприємства на ринку, що задовольняються виконанням його цілей робітниками.

В умовах кризи виникає багато питань, яким чином повинна відбуватися матеріальна мотивація, адже в цей час працівник найбільш за все боїться втрати робочого місця, зменшення заробітної платні, а отже мотивування має бути побудоване таким чином: при зростанні заробітної плати, у робітників має бути

розуміння, завдяки чому вона збільшується, за яким механізмом працює, як показано на рис.2.

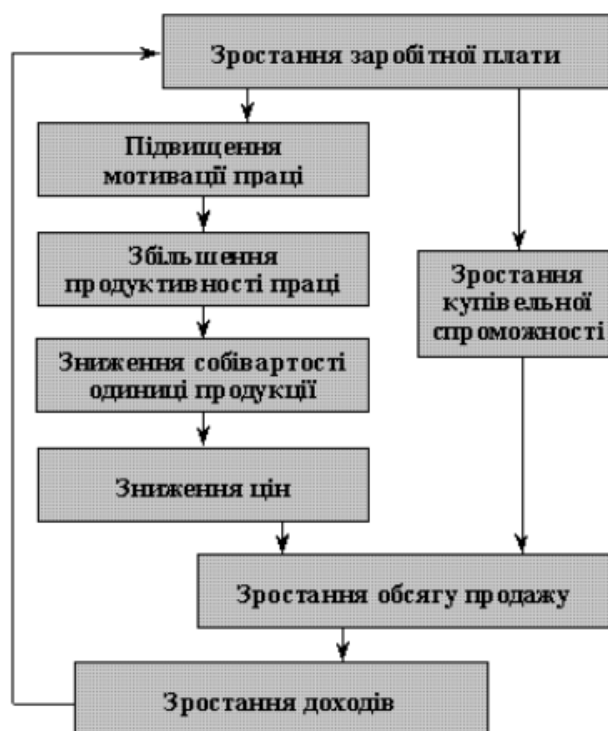


Рисунок 2 – Взаємозв'язок заробітної плати, ефективності та доходів [1].

Рівень заробітної плати значною мірою визначає можливість повноцінного відтворення робочої сили, а тому й силу мотивації [1].

При скороченні фіксованої частини доходу надавати можливість заробляти за рахунок змінної частини за досягнення певних потрібних компанії результатів. Нині одна з основних тенденцій – це перехід від сплати за працю до сплати за результат (таким чином обсяг праці, виконаної працівником, буде заохочений, відповідно до виконаної роботи, що призведе до зростання ефективності підприємства)[3].

Чіткий розподіл бонусів та премій серед працівників, який виокремить ту частину персоналу, яка працює на результат та прагне до підвищення ефективності підприємства.

У робітника має бути впевненість в тому, що усі його старання будуть помічені і оцінені. Але також не варто забувати про те, що матеріальне

стимулювання має бути, в першу чергу, вигідне підприємству, завдяки досягненню його цілей та поставлених задач, яке надає такий вид заохочення, щоб він дійсно приносив видимий результат, а не зворотній ефект – збитки. Для того щоб регулювати ці процеси має бути наявний обов'язковий контроль у вигляді звітів про виконану роботу тощо. Але керівництво, як ніхто інший, повинно брати участь у житті підприємства також, підтримувати свій колектив на усіх етапах роботи, інформувати його та намагатися віднаходити такі методи керування, за яких будуть задоволені потреби як підприємства, так і робочої маси.

Матеріальне мотивування персоналу в умовах кризи, попри те, що воно є досить ризикованим, і підходить не для кожного підприємства, залишається тим механізмом, що найбільш ефективно здатне вирівняти його позиції на ринку. Людина завжди прагне до стабільності, яка забезпечується відповідною платнею, яку вона отримує на робочому місці. Криза – це завжди ризики, втрати, але, задля того, щоб інтереси підприємства і працівників залишалися задовільненими, вони повинні віднайти баланс, завдяки якому це буде відбуватися. Повинен бути налаштований зв'язок між усіма ланками підприємства і чітке розуміння, що, від ефективності кожної цієї ланки залежить дохід усього підприємства, і, як результат, збільшення заробітних плат, надання бонусів, премій, надбавок, і найголовніше, забезпечення стабільності. Саме за допомогою такої системи, на мою думку, підприємству не загрожує ніякі кризові ситуації.

Список використаної літератури

1. Колот А.М. Мотивація персоналу / А. Колот. – К.: КНЕУ, 2002. —337 с.
2. Власенко О.С. Мотивація персоналу в умовах кризи / О. Власенко: Глобальні та національні проблеми економіки, вип.17, 2017. – 224- 228 с.
3. Василенко В.О. Антикризове управління підприємством : навч. посібник / В.О. Василенко. – К. : ЦУЛ, 2005. – 504 с.

*Тютюнник С.В., к.е.н., доцент
професор кафедри бухгалтерського обліку
та економічного контролю*

*Тютюнник Ю.М., к.е.н., доцент
професор кафедри економічної теорії
та економічних досліджень
Полтавська державна аграрна академія
tyutyunnik.sveta@ukr.net*

НАПРЯМИ АНАЛІЗУ ТА СИСТЕМА ВІДНОСНИХ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНЮВАННЯ ФІНАНСОВОЇ СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Категорія «фінансова стійкість» характеризує економічні відносини, через які відбувається соціально-економічний розвиток підприємства. Комплексність категорії фінансової стійкості полягає в тому, що в ній відображається рівень фінансового стану та величина фінансових результатів підприємства. Фінансова стійкість забезпечує здатність підприємства виконувати свої зобов'язання та сприяє подальшому розвитку при збереженні кредито- і платоспроможності та відносній незалежності від змін внутрішніх і зовнішніх чинників.

Комплексне оцінювання фінансової стійкості забезпечує об'єктивний аналіз величини та структури активів і пасивів підприємства та визначення на цій основі міри його фінансової стабільності й незалежності, а також відповідності фінансово-господарської діяльності цілям статутної діяльності.

Для досягнення основної мети аналізу фінансової стійкості необхідно дати відповідь на питання [3, с. 108]: наскільки підприємство незалежне від зовнішніх джерел фінансування; як змінюється рівень цієї незалежності; чи відповідає стан майна і джерел формування капіталу підприємства завданням його фінансово-господарської діяльності?

У літературних джерелах існують різні підходи щодо напрямів проведення аналізу фінансової стійкості підприємства. Економісти пропонують неоднакові методики аналізу, які відрізняються між собою кількістю показників

та їх різною направленістю. Різноплановість у цих методиках ускладнює проведення аналізу фінансової стійкості та визначення фінансової позиції підприємства по відношенню до своїх конкурентів. На нашу думку, кожен суб'єкт господарювання повинен обирати ту послідовність, яка є найбільш прийнятною для його фінансової стратегії.

Існуючі методики аналізу фінансової стійкості підприємства передбачають проведення досліджень у декілька етапів, склад і кількість яких, а також порядок розрахунку показників залежать від завдань аналізу і тлумачення поняття «фінансова стійкість». Для проведення комплексного аналізу фінансової стійкості підприємства нами запропоновано наступні етапи:

1. Складання плану аналітичних досліджень та пошук інформаційних джерел.

2. Розрахунок за даними форми № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» системи відносних показників (фінансово-економічних коефіцієнтів), які характеризують фінансову стійкість підприємства з погляду структури і стану майна (активів) та джерел формування капіталу (пасивів).

3. Проведення за даними форми № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» факторного аналізу відносних показників, які характеризують фінансову стійкість підприємства, з метою визначення резервів підвищення рівня фінансової стабільності.

4. Розрахунок за даними форми № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» системи абсолютних показників, які характеризують забезпеченість запасів джерелами формування і дозволяють визначити відповідний тип фінансової стійкості підприємства (абсолютна фінансова стійкість, нормально стійкий фінансовий стан, нестійкий фінансовий стан, кризовий фінансовий стан).

5. Проведення за даними форми № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» факторного аналізу показників порогу рентабельності та запасу фінансової стійкості з метою визначення напрямів досягнення беззбитковості операційної діяльності та підвищення рівня запасу фінансової стійкості.

6. Формулювання висновків за результатами комплексного оцінювання фінансової стійкості.

7. Обґрунтування стратегії розвитку підприємства з урахуванням заходів забезпечення фінансової стійкості.

Усі показники, що характеризують фінансову стійкість підприємства, можна розділити на відносні та абсолютні.

Аналіз фінансової стійкості ґрунтується головним чином на відносних показниках – фінансово-економічних коефіцієнтах. Вони розраховується як співвідношення абсолютних показників активу і пасиву балансу. Відносні показники оцінювання фінансової стійкості підприємства, що досліджується, порівнюються: із загальноприйнятими нормативними значеннями для оцінювання рівня фінансової стійкості; з показниками попередніх періодів для вивчення тенденцій поліпшення або погіршення фінансового стану підприємства; з показниками інших суб'єктів господарювання, що дає змогу виявити сильні та слабкі сторони підприємства і його фінансові можливості [2].

Як зазначають Т. Г. Камінська та інші, «фінансові коефіцієнти не уловлюють відмінностей у методах бухгалтерського обліку, не відображають якості складових компонентів. Нарешті, вони мають статичний характер. Однак це не означає, що фінансові коефіцієнти не можуть бути використані у фінансовому управлінні... Аналітична цінність коефіцієнтів підтверджується тим, що в багатьох країнах, і в Україні зокрема, існують спеціальні видання, які займаються публікацією фінансових коефіцієнтів» [1, с. 58].

В обліково-аналітичній практиці розроблено систему фінансово-економічних коефіцієнтів, які відображають різні аспекти структури активів і пасивів балансу, характеризуючи фінансову стійкість підприємства. За змістом та інформаційним забезпеченням розрахунку відносні показники оцінювання фінансової стійкості доцільно об'єднати у три групи [3, с. 110]:

- показники структури джерел формування капіталу – характеризують співвідношення між розділами і статтями пасиву балансу;
- показники стану оборотних активів – характеризують співвідношення

між розділами і статтями активу і пасиву балансу;

- показники стану основного капіталу – характеризують співвідношення між розділами і статтями активу балансу.

До показників структури джерел формування капіталу, зокрема, відносять: коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт концентрації позикового капіталу, коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт фінансової стабільності, коефіцієнт довгострокового залучення позикових коштів, коефіцієнт довгострокових зобов'язань і забезпечень, коефіцієнт поточних зобов'язань і забезпечень, коефіцієнт страхування бізнесу, коефіцієнт страхування власного капіталу, коефіцієнт страхування зареєстрованого (пайового) капіталу.

Показники стану оборотних активів включають: коефіцієнт маневреності власного капіталу, коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними оборотними коштами, коефіцієнт забезпеченості запасів власними оборотними коштами, коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів.

До показників стану основного капіталу належать: коефіцієнт майна виробничого призначення, коефіцієнт реальної вартості основних засобів, коефіцієнт нагромадження амортизації, коефіцієнт співвідношення оборотних і необоротних активів.

Фінансовий стан підприємства багато в чому залежить від оптимальності структури джерел формування капіталу (співвідношення власних і позикових коштів). Частка власних коштів повинна бути рівною, або перевищувати 50 %. У такому випадку підприємство може всі свої зобов'язання і забезпечення покрити за рахунок власних джерел фінансування та ризик кредиторів (банків, інвесторів, постачальників) є мінімальним.

Показники стану оборотних активів характеризують забезпеченість підприємства власними оборотними коштами. Частка власних оборотних коштів у загальній величині оборотних активів повинна бути не менше 10 %. За умови виконання даного нормативу структура балансу визнається задовільною, а підприємство платоспроможним. Фінансовий стан підприємства вважається стійким за умови достатності власних оборотних коштів для формування

запасів підприємства (частка власних оборотних коштів повинна перевищувати 50 %).

Показники стану основного капіталу характеризують структурні зрушення у складі активів підприємства.

Розглянуті коефіцієнти далеко не вичерпують усієї системи відносних показників, які використовуються в аналізі фінансової стійкості підприємства. Додатково застосовуються й інші коефіцієнти, що виражають деталізовані структурні зрушення активів і пасивів, взаємозв'язки грошових потоків тощо.

Водночас методика оцінювання фінансової стійкості підприємства шляхом розрахунку системи відносних показників має свої недоліки. Різна спрямованість коефіцієнтів, відмінність у рівнях критичних значень часто роблять неможливим чітке визначення на їх основі типу фінансової стійкості підприємства. Крім цього, отримання правильних висновків ускладнюється тим, що ті ж самі зміни значень фінансових коефіцієнтів можуть бути наслідками впливу різних факторів. Також абсолютні значення і тенденції зміни відносних показників аналізу фінансової стійкості можуть мати різнопланове тлумачення. Тобто, якщо за одними коефіцієнтами підприємство вважається фінансово стійким, то за іншими критеріями може бути протилежний висновок. З метою визначення типу фінансової стійкості підприємства використовується методика, що базується на розрахунку системи абсолютних показників забезпеченості запасів джерелами їх формування.

Список використаної літератури

1. Камінська Т.Г., Шатковська Л.С., Шиш А.М. Обліково-аналітичне забезпечення фінансового менеджменту на сільськогосподарських підприємствах: монографія; за ред. к.е.н., доц. Т.Г. Камінської. Київ: «Компринт», 2013. 329 с.

2. 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.

3. Тютюнник Ю.М., Дорогань-Писаренко Л.О., Тютюнник С.В.

Фелонюк О. А., студентка

*Тростянська К. М., к.е.н.
доцент кафедри статистики, обліку
та економічної інформатики
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
olgafelonyuk@gmail.com*

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЯК СКЛADOVA УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні дедалі більше підприємств приділяють особливу увагу внутрішньому контролю, оскільки він є важливим елементом налагодженого механізму управління.

Контроль забезпечує систему управління інформацією, необхідною для прийняття тих чи інших управлінських рішень. По відношенню до управління контроль виконує інформаційну функцію.

Різні автори трактують поняття «внутрішній контроль» по-різному. В. Д. Андреев визначає його як контроль, який здійснюється шляхом перевірки й оцінки адекватності та ефективності інших видів контролю [1]. Також автори розглядають його як систему спостереження й перевірки процесу функціонування певного об'єкта з метою додержання законності та встановлення відхилень від заданих параметрів [2].

У Міжнародних стандартах вищих органів аудиту наведено наступне визначення: «внутрішній контроль – динамічний всеосяжний процес, який реалізується керівництвом і персоналом організації, призначений для скорочення ризиків, а також забезпечення належних гарантій того, що в ході реалізації завдань організації будуть досягатися її цілі»[3].

Керівництво і співробітники на всіх рівнях беруть участь в зазначеному процесі для мінімізації ризиків і забезпечення належної гарантії, а також для досягнення мети і основних завдань організації.

Внутрішній контроль повинен здійснюватися на системній основі із визначеними цілями та завданнями, відповідно до складених планів і графіків проведення перевірок, з аргументацією критеріїв вибору об'єктів контролю та методів їх дослідження, документуванням контрольного процесу і складанням звітності.

Метою внутрішнього контролю на підприємстві є забезпечення постійного дотримання законності господарських операцій, достовірності та доцільності їх здійснення, а також своєчасне виявлення недоліків та попередження таких умов, які негативно впливають на виконання прийнятих рішень і досягнення поставленої мети, та доведення цієї інформації до органу управління.

Цілі організації, що досягаються завдяки внутрішньому контролю:

- ведення діяльності впорядкованим, етичним, економічним, ефективним і результативним чином;
- виконання зобов'язань підзвітності;
- дотримання відповідного законодавства та положень;
- захист ресурсів від втрати, нецільового використання та пошкодження.

Якщо розглядати кожен етап процесу управління на підприємстві можна припустити, що функція внутрішнього контролю забезпечується на кожній для оптимального її здійснення, а саме:

На стадії планування реалізуються такі функції: оцінка раціональності запланованих варіантів рішень; відповідність рішень прийнятим планам і наміченим орієнтирам, а також загальній стратегії підприємства.

На стадіях організації та регулювання реалізації управлінських рішень необхідний внутрішній контроль правильності ходу реалізації прийнятих управлінських рішень для досягнення необхідних результатів.

На стадії ведення обліку контроль забезпечується за: наявністю майна і його рухом; використанням виробничих запасів згідно із затвердженими нормами та нормативами; станом зобов'язань підприємства; доцільністю і законністю здійснення господарських операцій підприємством та ін.

На стадії аналізу здійснюється оцінка інформації про результати виконання управлінських рішень на основі її деталізації на різні складові та їх співвіднесення між собою. Дані внутрішнього контролю часто є основою для проведення аналізу.

Чинним законодавством України, у п. 5 ст. 8 Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [4] передбачено, що підприємство самостійно розробляє систему і форми внутрішньо-господарського (управлінського) обліку, звітності і контролю господарських операцій, визначає права працівників на підписання бухгалтерських документів. Зазвичай у системі внутрішнього контролю керівництво підприємства основні контрольні функції покладає на головного бухгалтера і його службу та керівників функціональних підрозділів і служб. Проте, самостійно вони не можуть забезпечити в повному обсязі виконання функцій внутрішнього контролю для задоволення потреб у якісній та оперативній інформації, необхідній для ухвалення стратегічних рішень.

Здійснюючи частковий внутрішній контроль та виконуючи основне завдання, пов'язане з відображенням фактичного стану господарювання на підприємствах, бухгалтерія не вирішує проблем контролю в глобальному масштабі, зокрема, щодо реалізації стратегічних цілей.

Керівники структурних підрозділів та інші працівники, які можуть приймати певні рішення, в першу чергу займаються забезпеченням виконання виробничих завдань і паралельно – виконанням контрольних функцій. За значної завантаженості у виробничо-торговельних процесах, на виконання контрольних функцій може залишитися обмаль часу, або недостатньо відповідних фахових знань і практичного досвіду для здійснення

кваліфікованих контрольних дій і дієвого управлінського впливу на підконтрольні об'єкти.

Використання нових інформаційних технологій в процесі внутрішнього контролю дозволяє суттєво підвищити продуктивність праці фахівців підрозділів, забезпечити швидку взаємодію між всіма учасниками контрольного процесу, виключити випадки отримання помилкової інформації в процесі її обробки, оперативно контролювати виробничі та облікові процеси, відображені із застосуванням сучасних програмних продуктів.

Документальним підтвердженням проведеної контрольної роботи працівниками, на яких покладені функції внутрішнього контролю, є звіти про її виконання. Узагальнення таких звітів покладається на керівника служби внутрішнього контролю. Це сприяє координації діяльності усіх ланок системи внутрішнього контролю та підвищенню відповідальності виконавців.

Сучасна практика засвідчила, що більш ефективним видом контролю всередині підприємства є внутрішній аудит, який дозволяє здійснювати перевірку окремих підрозділів, виявляти резерви зростання обсягів діяльності та найбільш перспективні напрями розвитку, а також надавати рекомендації щодо покращення результатів роботи підприємства. В процесі внутрішнього аудиту, крім інших питань, досліджуються також проблеми функціонування системи внутрішнього контролю, з метою надання власникам і керівництву необхідної інформації для оцінки її надійності та ефективності.

В цілому, внутрішньогосподарський контроль обслуговує систему управління і є складовою самого процесу управління, націлений на сам процес і результат дій керівництва з планування та організації діяльності самого підприємства.

Отже, внутрішньогосподарський контроль є запорукою ефективного функціонування підприємства на всіх етапах його господарської діяльності, а також сприяє вчасному отриманню керівництвом якісної інформації для попередження порушень в обліку, запобігання зловживанням і усунення недоліків роботи.

Список використаної літератури:

1. Андреев В. Д. Система внутрішнього контролю: основне поняття. Аудиторские ведомости. 2010. № 2. С. 35–41.
2. Бухгалтерський облік і контроль у контексті Бюджетного кодексу України: навч. посіб. / С. В. Свірко, І. О. Кондратюк, О. О. Дорошенко, Н. М. Старченко; передм. Т. І. Єфименко. – К. : ДННУ «Акад. фін. управління», 2012. – 944 с.
3. Международные стандарты высших органов аудита (ISSAI) выпускаются Международной организацией высших органов аудита (ИНТОСАИ). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.issai.org
4. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність В Україні : Закон України від 16.07.1999 р. № 996-XIV // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

*Фірсова С.Г., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту інноваційної
та інвестиційної діяльності
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
sfirsova@ukr.net*

МЕТРИКА ОЦІНЮВАННЯ АФЕКТИВНОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ СПОЖИВАЧІВ

Лояльність, як і будь-який показник, викликає складності у процесі розрахунків. Для оцінювання лояльності застосовується низка маркетингових метрик, які можливо розділити на «індексні», коли використовується кілька вимірних параметрів та «відносні» (індекс NPS, Conversion Model, the customer's loyalty ladder), які простіші в застосуванні, оскільки не використовують великої кількості допоміжних параметрів.

Серед індексних метрик найчастіше використовують метрику лояльності

Enis-Paul Index, яку застосовують для оцінки рівня поведінкової лояльності споживачів [1].

Теоретичні дослідження Алана Діка та Кунала Беза припустили, що лояльність визначається сполученням характеристик поведінкової лояльності та «лояльності, що сприймається» (афективної лояльності, перцепційної, емоційної) [2].

Афективна лояльність рівною мірою залежить від ступеня поінформованості про діяльність компанії на цільовому ринку, рівня задоволеності асортиментом й обслуговуванням та наміру клієнта рекомендувати дану компанію своїм друзям, родичам, знайомим, партнерам.

Тому, на нашу думку, формалізувати рівень афективної лояльності можна за допомогою середньгеометричного цих трьох показників.

Роздивимось метрику на прикладі сфери продуктового рітейлу:

$$Lk = \sqrt[3]{Z * P * R} \quad (1),$$

де Lk – індекс афективної лояльності;

Z – рівень задоволеності клієнта обслуговуванням у даній продовольчій мережі;

P - рівень поінформованості про діяльність рітейлера на цільовому ринку;

R – рівень наміру клієнта рекомендувати рітейлера своїм друзям, родичам, знайомим, партнерам.

Джерела пошуку інформації для визначення «лояльності, що сприймається» всі показники (Z , P , R) вираховуються за допомогою опитування клієнтів методом не випадкової типової вибірки.

Для формулювання питань пропонується використовувати принцип шкали Лайкерта. Закриті питання анкети для визначення складових показників афективної лояльності представлені у таблицях 1-3.

Таблиця 1

Закриті запитання анкети для визначення рівня задоволеності обслуговуванням у продовольчій мережі «N»*

Питання	Відповідь	Бали
Питання для визначення рівня задоволеності обслуговуванням у продовольчій мережі «N»		
Наскільки рівень обслуговування у мережі «N» співпав із Вашими уявленнями, очікуваннями відносно придбання продовольчих товарів та супутніх послуг? Тобто, наскільки виправдані Ваші очікування відносно обслуговування реальною якістю користування послугами у мережі «N»?	Реальна практика обслуговування в мережі «N» є значно кращою від моїх уявлень та очікувань від придбання продуктів харчування	5 балів
	Мої очікування та уявлення про придбання продовольчих товарів та послуг в цілому співпали з реальною практикою обслуговування в «N»	4 бали
	Мої очікування та уявлення про придбання продовольчих товарів частково співпали, а частково - ні з реальною практикою обслуговування в мережі «N»	3 бали
	Я очікував (ла) більше, ніж отримав (ла) у реальній практиці співробітництва із продовольчою мережею «N»	2 бали
	Я розчарований (вана) обслуговуванням у продовольчій мережі «N»	1 бал

* розроблено автором

Таблиця 2

Закриті запитання анкети для визначення наміру клієнта рекомендувати ритейлера своїм друзям, знайомим, родичам, діловим партнерам*

Питання	Відповідь	Бали
Питання для визначення наміру клієнта рекомендувати ритейлера своїм друзям, знайомим, родичам, діловим партнерам.		
Чи будете Ви надалі рекомендувати обслуговування в мережі «N» своїм друзям, знайомим, родичам, діловим партнерам?	Так, я буду рекомендувати обслуговування в мережі «N» своїм друзям, знайомим, родичам, діловим партнерам	5 балів
	Я поділюсь зі своїми друзями, родичами, знайомими, діловими партнерами позитивним досвідом обслуговування в мережі «N»	4 бали
	Ні, я не буду рекомендувати обслуговування в мережі «N» своїм друзям, родичам, знайомим, діловим партнерам	3 бали
	Я поділюсь зі своїми друзями, родичами, знайомими, діловими партнерами негативним досвідом обслуговування в мережі «N»	2 бали
	Я рекомендуватиму не обслуговуватись в мережі «N» своїм друзям, родичам, знайомим, діловим партнерам	1 бал

* розроблено автором

Таблиця 3

Закриті запитання анкети для визначення рівня поінформованості про діяльність ритейлера на цільовому ринку*

Питання	Відповідь	Бали
Питання для визначення рівня поінформованості про діяльність ритейлера на цільовому ринку		
Як Ви вважаєте, асортимент продукції представлений в продовольчій мережі «N», задовольняє всіх споживачів ?	Асортимент продукції представлений в продовольчій мережі «N» – задовольняє всіх споживачів	5 балів
	Асортимент продукції представлений в продовольчій мережі «N» – задовольняє тільки споживачів з високим рівнем доходу	4 бали
	Асортимент продукції представлений в продовольчій мережі «N» – задовольняє споживачів із середнім рівнем доходу	3 бали
	Асортимент продукції представлений в продовольчій мережі «N» – задовольняє споживачів з рівнем доходу нижче середнього	2 бали
	Важко охарактеризувати асортимент мережі «N»	1 бал

* розроблено автором

Провівши за даними опитувань розрахунки афективної лояльності за формулою 1 отримаємо можливість визначити реальну структуру клієнтської бази мережі «N» за рівнем афективної лояльності споживачів, представлену у табл. 4.

Таблиця 4

Критерії оцінювання рівня афективної лояльності споживачів сфери продуктового ритейлу*

Значення індексу афективної лояльності, % від максимально можливого	Рівень афективної лояльності	Типологія поведінки споживача
1	2	3
0-30	Відсутність лояльності	Споживач розчарований обслуговуванням, очікував більше, рекомендує не обслуговуватись в мережі знайомим, йому важко охарактеризувати асортимент мережі

Продовження таблиці 4

1	2	3
31-50	Низький рівень лояльності	Очікування споживача та уявлення про придбання продовольчих товарів частково співпали, а частково - ні з реальною практикою обслуговування в мережі, поділиться негативним досвідом зі знайомими, асортимент продукції задовольняє споживачів з низьким рівнем доходів
51-80	Помірний рівень лояльності	Очікування споживача та уявлення про придбання продовольчих товарів в цілому співпали з реальною практикою обслуговування, поділиться позитивним досвідом зі знайомими, інколи рекомендує продукт знайомим, асортимент продукції задовольняє споживачів з середнім та високим рівнем доходів
81-100	Висока лояльність	Реальна практика обслуговування в мережі є значно кращою від уявлень та очікувань споживача від придбання продуктів харчування, буде рекомендувати обслуговування в мережі своїм друзям, знайомим, родичам, діловим партнерам; асортимент продукції задовольняє всіх споживачів

*розроблено автором

Отже, запропонована метрика вимірювання лояльності включає в себе набір факторів, які визначають специфічні показники «лояльності, що сприймається» (афективної). Однак кожен клієнт індивідуальний в своїх вимогах, очікуваннях і по-різному може формувати своє ставлення в залежності від величезної кількості чинників, тому метрика об'єктивно носить узагальнюючий характер і не може відповідати на питання про рівень лояльності кожного конкретного споживача.

Список використаної літератури

1. Burford, R. L., Enis, B. M., & Paul, G. W. (1971). Functional and behavioral application: An index for the measurement of consumer loyalty [Текст]/Burford, R. L.. Decision Science,- 2007 – №2, ст. 17–24.

2. Dick Alan S., Basu Kunal. Customer Loyalty: «Toward an Integrated Conceptual Framework» // Journal of the Academy of Marketing Science – 1994. - Vol. 22, No 2.

*Хромушина Л.А., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту
Сумський національний аграрний університет
lkhromushyna@gmail.com*

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОЇ СИСТЕМИ РИЗИК-МЕНЕДЖМЕНТУ ПІДПРИЄМСТВА

Основним завданням ризик-менеджменту, як напряму сучасної науки про менеджмент, є пізнання ризику, розробка сучасної теорії ризику та дослідження можливостей, способів ефективного управління ризиками в сучасних економічних умовах. З практичного боку ризик-менеджмент підприємства спрямований на прогнозування, ідентифікацію та врахування загроз у процесі функціонування та розвитку.

Якщо на початку становлення ризик-менеджменту (або ризикології) управління ризиками розглядали як вузькоспеціалізовану діяльність, то на сьогодні ризик-менеджмент розглядається як системна управлінська діяльність, у процесі якої формується певне середовище, що передбачає участь менеджерів усіх рівнів у процесах формування безпеки підприємства (економічної, фінансової, екологічної, технологічної, інформаційної, комерційної та ін.) [1].

Суб'єктно-об'єктний підхід до трактування ризик-менеджменту підприємства визначає його як процес впливу суб'єкта управління на об'єкт господарювання з метою мінімізації негативних наслідків дії певних чинників [2, с. 180].

На основі зазначеного суб'єктно-об'єктного підходу виділимо та визначимо зміст основних складових елементів формування сучасної системи ризик-менеджменту підприємства.

Отже, суб'єктом ризик-менеджменту є відповідне коло осіб (менеджерів різних рівнів), які здійснюють цілеспрямовану дію та вплив на функціонування об'єкта управління на основі різних прийомів та способів щодо ідентифікації, недопущення та/або мінімізації негативного впливу потенційних ризиків.

Об'єктами ризик-менеджменту є окремі чинники середовища підприємства (або їх групи), які потенційно можуть зумовити негативний вплив на результати діяльності підприємства, генерують загрози та небезпеки.

Виходячи з об'єкту ризик-менеджменту, сукупність взаємовідносин між суб'єктами щодо форм, методів та засобів впливу на об'єкт слід розглядати як предмет ризик-менеджменту.

Метою здійснення ризик-менеджменту є забезпечення необхідного рівня стійкості та адаптивності підприємства до потенційних загроз, які генерують внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства.

Досягнення даної мети забезпечить виконання низки завдань, до яких варто віднести:

- своєчасне виявлення можливих негативних чинників загального середовища підприємства;
- прогнозування, оцінка ймовірності настання негативної події та ступеню її впливу на діяльність підприємства;
- розробка заходів запобігання та протидії ризикам, мінімізації втрат від негативного впливу чинників;
- створення системи раннього попередження та реагування та негативні чинники, зумовлені потенційними ризиками, з метою забезпечення захищеності і підтримки стабільної діяльності підприємства.

Результативність ризик-менеджменту залежатиме від дотримання певних принципів щодо його здійснення, до яких варто віднести:

- 1) не можна ризикувати більше, ніж дозволяє власний капітал;

2) не можна ризикувати «великим заради малого»;

3) необхідно прогнозувати та оцінювати наслідки ризику (порівнювати очікуваний результат з можливими витратами) [3, с. 142].

Також важливим складовим елементом ризик-менеджменту є набір інструментів, завдяки яким безпосередньо здійснюється цілеспрямований вплив суб'єкта на об'єкт ризик-менеджменту. Такий набір може включати правові, політичні, організаційні, економічні та соціальні інструменти, які можуть бути задіяні як вибірково, так і одночасно.

Серед сучасних та доступних інструментів ризик-менеджменту заслуговує на особливу увагу страхування, яке передбачає можливість передачі відповідальності за відшкодування можливого збитку страховику (страховій компанії).

До інших інструментів ризик-менеджменту, які набувають подальшого практичного застосування, варто віднести відмову від надмірно ризикової діяльності, профілактику або диверсифікацію ризиків, аутсорсинг витратних ризикових функцій, формування резервів або запасів.

Практична реалізація ризик-менеджменту підприємства, як і будь-якої управлінської діяльності, має здійснюватися у логічній послідовності виконання певного алгоритму дій, який можна представити так:

- ідентифікація ризику (визначення переліку основних зовнішніх та внутрішніх ризиків);

- якісна оцінка ризику (групування за ступенем його впливу на кінцевий результат діяльності підприємства);

- кількісна оцінка ризику (оцінка ймовірності настання та наслідків ризику);

- обґрунтований вибір методів уникнення або мінімізації ризику (зовнішні методи: розподіл ризику, страхування; внутрішні методи: лімітування, диверсифікація, створення резервів, отримання додаткової інформації).

Таким чином, формування дієвої системи ризик-менеджменту підприємства на основі розглянутих складових елементів забезпечить

уникнення або мінімізацію негативних наслідків проявів ризиків, сприятиме довготривалій успішності підприємства в умовах невизначеності.

Список використаної літератури

1. Коробова С.С. Развитие риск-менеджмента в предпринимательстве. URL: www.kycherova.ru/delopment/index.html.
2. Черчик Л.М., Бегун С.І., Івашкевич І.М. Система ризик-менеджменту підприємства: сутність та складові. *Економічний форум*. 2017. № 1. С. 178–182. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecfor_2017_1_28.
3. Ніколаєнко С.Н. Ризик-менеджмент у медичному страхуванні. *Наукові праці МАУП*. 2011. № 3. С. 141–144.

*Чабанюк М.В., студентка
Науковий керівник: Абесінова О.К., к.е.н., доцент
Київський національний економічний
університет ім. В. Гетьмана
m.chabaniuk01@gmail.com*

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ЯК ІНСТРУМЕНТ УСПІШНОЇ РОБОТИ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетинговий аналіз ринку є важливою складовою успішної роботи підприємства, який дозволяє передбачити усі ризики виходу на новий ринок, обрати найбільш привабливий цільовий ринок, краще зрозуміти споживача, визначити рівень конкуренції. Для ефективного розвитку та успішної діяльності підприємству необхідні маркетингові дослідження. Основні напрями аналізу ринку представлені на рис. 1.

Для проведення маркетингового аналізу, необхідно зібрати повну інформацію щодо стану підприємства, оцінити його науково-технічний потенціал, спрогнозувати розвиток організації та можливі результати дослідження, зрозуміти, яка саме інформація необхідна.



Рисунок 1 – Дослідження ринку

Джерело: згруповано за інформацією [1]

Після визначення мети, потрібно розробити план аналізу ринку, обрати найефективніший метод маркетингового дослідження, що допоможе зменшити витрати часу на непотрібний пошук та аналіз інформації. План дослідження ринку, як правило, включає: визначення розміру та динаміку ринку; аналіз цін, каналів просування продукту; вивчення інформації про конкурентів; аналіз вимог покупців. Він має бути структурованим та розділений на етапи:

Етап 1. Визначити цілі та основні завдання аналізу ринку.

Етап 2. Скласти послідовний план маркетингового аналізу ринку.

Етап 3. Визначити можливі терміни та максимальний бюджет на аналіз ринку.

Етап 4. Визначити методи аналізу ринку і джерела отримання інформації по ринку.

Етап 5. Провести необхідні маркетингові дослідження ринку товарів або послуг.

Етап 6. Підготувати наочний аналіз всієї зібраної інформацією з висновками.

Етап 7. Скласти зведений звіт з аналізу ринку.

Етап 8. За необхідності підготувати презентацію з проведеного маркетингового аналізу ринку. [1]

Джерела маркетингової інформації про ринок поділяються на первинні та вторинні дані. Первинні дані – це інформація, яку збирає сама компанія з метою поліпшення продуктів, послуг або будь-яких виробничих функцій. На відміну від первинних, вторинні дані – вже зібрані іншими аналітиками та є наявними з декількох різних джерел.

Серед методів маркетингового аналізу ринку виділяють кількісні і якісні методи дослідження. До кількісних належать голі факти та цифри. Ці дані структуровані та статистично оброблені. Вони допомагають зробити загальні висновки з дослідження. Якісні методи дають швидше описову інформацію, ніж вимірювальну. Це можуть бути думки, враження або погляди людей. Якісний метод менш структурований — він спрямований на глибокий аналіз даної теми, для отримання інформації про мотивацію людей та їхні погляди.

Ці два методи дослідження не суперечать один одному. Насправді вони працюють набагато краще разом. У світі великих даних є багато статистичної інформації та цифр, які формують міцну основу для важливих рішень. Але основні дані будуть неповними без інформації, отриманої від реальних людей, яка надає сенс цифрам.

Як же об'єднати ці дві форми досліджень? Якісне дослідження майже завжди є відправною точкою, коли потрібно виявити нові проблеми та можливості поліпшення — це допоможе провести глибше дослідження пізніше. Кількісні дані дозволяють підтвердити та зрозуміти кожну проблему або можливість поліпшення.

Крім звичних нам методів дослідження ринку існує також зворотне дослідження ринку, яке буквально перевертає весь процес збору даних для

прийняття рішень з ніг на голову. Саме цей вид аналізу запобігає усі негативні наслідки та непотрібні результати дослідження, бо має спеціальну структуру.

Спочатку потрібно з'ясувати, як будуть використовуватися доступні дані та кінцеву мету дослідження. По-друге, треба повернутися до цього використання, щоб представити остаточний звіт або презентацію, яку потрібно зробити, щоб переконати себе та інших у правильному напрямку дій. По-третє, розробляємо аналітичні інструменти, необхідні для створення цього звіту, і зразок, необхідний для забезпечення надійності даних — тільки на цьому етапі проконсультуйтеся з дослідницькою фірмою. Нарешті, можна виконувати дослідження [2].

Для успішного функціонування на ринку, підприємству також потрібно чітко визначити основні параметри дослідження зовнішнього середовища та обрати фактори, які мають, як позитивний, так і негативний вплив на діяльність компанії. Фактори зовнішнього середовища можна розглядати як можливості та загрози для підприємства, їх вплив на діяльність підприємства залежатиме від правильного визначення стратегії діяльності. Визначення найсуттєвіших за впливом зовнішніх факторів та їх комплексний аналіз є основним завданням підприємства.

При виникненні необхідності підвищення ефективності роботи підприємства, передбачається вирішення завдань шляхом: пошуку та підбору інформації зовнішнього середовища, спостереження щодо поточної та нової інформації, прогнозування щодо майбутнього стану середовища [3].

Отже, маркетинговий аналіз ринку є основним чинником підтримання конкурентоспроможності підприємства. Аналіз зовнішніх факторів та врахування результатів їх впливу надає повну інформацію щодо ринку й ефективності роботи підприємства, та дає можливість компанії вчасно приймати виважені рішення щодо конкурентної стратегії та визначати найбільш перспективні напрямки розвитку.

Список використаної літератури:

1. Маркетингові дослідження ринку (на прикладі ринку телекомунікацій). [Електронний ресурс] /URL: http://vlp.com.ua/files/30_11.pdf
2. Mark Ritson «Backwards» market research will help you move forward. [Електронний ресурс] /URL: <https://www.marketingweek.com/mark-ritson-backwards-market-research-will-help-you-move-forward/>
3. Мізюк Б.М. Основи стратегічного управління: Підручник. / Б.М. Мізюк – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 544 с.

*Шепєлева Я.О., студентка
Самусевич Я.В., к.е.н.
Навчально-науковий інститут
бізнес-технологій «УАБС»
Сумського Державного Університету
yaan.shep@gmail.com*

АНАЛІЗ МЕТОДІВ ТА СТРАТЕГІЙ ЦІНОУТВОРЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ

Знання щодо закономірностей, властивих процесу ціноутворення, які формувалися протягом тривалого часу в економіці, зосереджені на загальноновизнаних витратних методах. Практично не розглядалися інші варіанти та підходи до формування цін. В умовах трансформаційної економіки нам необхідно розвивати та досліджувати сфери, які потребують специфічних методів встановлення цін. Тому робота присвячена досить швидкозростаючому бізнесу, прибуток якого не залежить від географічного положення, собівартість якого мінімальна, «вхід» на ринок вільний, а дохід залежить тільки від новизни продукту. Мова йде про інформаційний бізнес. Інформація, що продається, повинна відповідати всім сучасним тенденціям і навіть більше. Сьогодні необхідно запропонувати те, що обов'язково знадобиться покупцеві вже завтра

Питання інформаційного бізнесу на сьогодні недостатньо досліджені науковцями. Але деякі статті є в вільному доступі, автори яких Д. А.Гречаник [1], Е.А. Сущенко[2], В. Гарніш [3], О.І. Андрусь [4] К. Хилс[5], У.Баффетт, Б. Грехем [6]. При цьому трактування теоретичних основ та застосування різних підходів до ціноутворення залишається предметом гострих дискусій та суперечок.

Інформаційний бізнес базується на продажу інформації, знань з тієї області, в якій фахівець досяг певного успіху. Інформаційний продукт можна тоді вважати якісним, коли він дозволить широкому колу людей вирішити свої завдання, допоможе позбутися від будь яких проблем: побутових, фінансових, сімейних, проблем зі здоров'ям і т.д.

Механізм ціноутворення в умовах ринкових відносин проявляється через ціни, їх динаміку. Динаміку цін формують два важливих фактори - стратегічний і тактичний[4]. Для інформаційного бізнесу більш значимим є другий фактор. Тактичний фактор виражається у формуванні ціноутворення під впливом кон'юнктури ринку, тому цей показник є змінним (в днях, годинах і т. д.), оскільки динаміка кон'юнктурних зрушень дуже висока. Тому специфіка такого бізнесу саме у гнучкості, ретельної підготовки «інфраструктури», детальне вивчення ринку, а також високопрофесійні виконавці (кадри).

Чим більше з'являється на ринку нових інформаційних продуктів, тим актуальнішою стає задача запропонувати продавцеві інструмент для ціноутворення на певний сегмент населення, а покупцеві запропонувати підхід до оцінки ефективності витрат, пов'язаних з придбанням такого продукту, та відповідно «цінність – це якість, яку я отримую за гроші»[1].

Величезний ринок збуту через необмеженість певною локацією - продаж інтелектуального досвіду через інтернет, де географічний простір не впливає на криву продажів. Матеріальні витрати на його створення незначні. На зміну постійним витратам стають витрати на утримання сайту, оплата послуг хостингу і домену[2]. До специфіки даного бізнесу можна віднести багаторазовість продажів. Певний продукт може продаватися до тих пір, поки

інформація не втратить актуальності. Існує тенденція, що під час кризи першим падає саме інформаційний бізнес, через зниження купівельної спроможності населення в сьогоденних економічних умовах. Це судження не відповідає дійсності, масштаб географічного положення дозволяє здійснювати масові продажі. Наприклад, продаж інфопродуктів з назвою «Як налаштувати таргетовану рекламу в Instagram», «Онлайн школа SMM-просування в соціальних мережах», «Ти зможеш вільно розмовляти англійською та заробляти в доларах після перегляду вебінару» - найактуальніші продукти.

«Найбільш перевірена цінова стратегія на конкурентному ринку – бути дешевше» Уоррен Баффетт. [6]. Але, відповідно до відомої стратегії «зняття вершків» при виведення продукту на ринок, підприємці можуть цим скористатися. Якщо збут за даною ціною скорочується, підприємство знижує ціну, залучаючи до себе наступний шар клієнтів, досягаючи в кожному сегменті цільового ринку максимально можливого обороту. Збільшення початкової ціни найчастіше викликає опір ринку, тоді як поступове зниження ціни сприймається доброзичливо.

Таблиця 1

Методи ціноутворення адаптовані під інфопродукт.

Метод	Сутність
Відсоток до витрат	Підрахунок кількості фінансів, витрачених на створення інфопродукту, та отриману суми збільшити на фіксованих процент – норму прибутку.
Вартість часу на створення продукту	Продавець включає бажаний прибуток в місячний дохід, а також визначає сумарну кількість свого робочого часу в місяці. Потім здійснити вирахування в загальній кількості частку часу, який витрачено на створення продукту. Отриманий відсоток вираховується від свого очікуваного місячного доходу.
Метод маркетингових оцінок	Підприємець намагається з'ясувати ціну, за якою покупець безумовно бере товар. Ціни орієнтовані на підвищення конкурентоспроможності продукту.
Частка корисності курсу	В цьому випадку продавець може проаналізувати, скільки навиків одержав покупець, чи буде практичне застосування для власного бізнесу.

Джерело: [5], [2], створено автором

З позиції першого способу встановлення справедливої ціни є оптимальним варіантом. Відсоток рентабельності – це частка витрат на виготовлення продукту, включена в підсумкову ціну. В розрахунках використовується прогнозна кількість проданих копій продукту. Але, специфіка саме інфобізнесу у короткостроковій еластичності попиту, базується на методі маркетингових оцінок, безпосередньо характеризує чутливість попиту до ціни.

Основна помилка більшості «виробників» полягає в тому, що не приділяється увага розробці цінової стратегії, яка повинна відповідати загальним стратегічним цілям фірми [3]. Тому задача підприємця чітко визначити стратегію з урахуванням витратних та маркетингових методів.

Отже, необхідно постійно аналізувати сприйняття інфопродукту споживачем, установити його детермінанти, потім відшукати способи донесення інформації про цінність товару до споживача і впливу на нього. До того ж, саме в процесі створення необхідний аналіз ситуації на ринку: проведення досліджень по виявленню найбільш ефективних ринків збуту, постійне оновлення комплексу з просування та маркетингової стратегії.

Список використаної літератури

1. Гречаник Д. А. Стратегія створення інфобізнесу.// Marketinator– 2020. URL: <https://www.marketinator.org>(дата звернення: 31.03.2020)
2. Сущенко Е.А. Аналіз продаж: ТОП-10 методів + 9 шаблонів (excel)// In-Scale– 2019.URL: <https://in-scale.ru/blog/analiz-prodazh>(дата звернення: 01.04.2020)
3. Гарніш, Верн. Масштабування бізнесу. Покрокова стратегія збільшення прибутків / пер. Анна Марховська. К.: Наш Формат, 2018. — 328 с. (дата звернення: 01.04.2020)
4. Андрусь О. І. Аналіз проблем сучасного ціноутворення в Україні та обґрунтування шляхів підвищення його ефективності / О. І. Андрусь. //Ефективна економіка.-2013. -№5.URL:http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_5_29.(дата звернення: 02.04.2020)
5. ChristinaHills.WHAT IS AN INFO PRODUCT?//Website Creation Workshop– 2019. URL: <https://websitecreationworkshop.com/blog/business/what-is-an-info-product/>(дата звернення: 02.04.2020)
6. Бенджамін Грехем. Розумний інвестор. Стратегія вартісного інвестування / Бенджамін Грехем, ДжейсонЦвейг / пер. Олена Кальнова. - К.: Наш Формат, 2019.

СЕКЦІЯ 5
СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В УМОВАХ
ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Bielozertsev V.S.
Ph.D. in Economics, Associate Professor

Proshkina P.M.
Student of business analysis specialty
Oles Honchar Dnipro National University
polinaproshkina1998@gmail.com

PERSPECTIVES OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES
DEVELOPMENT IN ACCOUNTING

Today, modern technologies undoubtedly have a tremendous impact on almost all activity areas. The financial sector, the business sector, in particular accounting, are no exception. Over the past ten years, the development of technologies in the field of information and analytical accounting has clearly changed, improved and facilitated the maintenance of accounting. Every year more and more companies appear on the information technology market offering modern and affordable software for the financial sector. Therefore, the question of studying the perspectives and directions of the future development of these technologies is relevant.

Studying the evolution of the information technology development and its application in accounting allowed us to distinguish the following stages: the use of Microsoft Excel, the use of specialized software products, the use of integrated ERP-systems for enterprise management and cloud technologies.

In the accounting system, basic information is generated that is used in other enterprise management systems, as well as in the state control system and other state systems, and the exchange of information with other systems in the conditions of

total computerization of management processes becomes an urgent need. This raises the information duplication incomparability problem of various accounting operations and unreasonable increase in the options used software. Reports obtained from various subsystems undergo lengthy coordination at all levels of the enterprise organizational structure. These issues can be resolved by integrating various information systems and manual data processing systems into a single information-analytical system.

ERP-systems of enterprise management allow you to combine several tasks in the conditions of complex production, an extensive branch network, a large assortment of products and an increased volume of warehouse operations: you can combine all business processes according to the same rules within one system, quickly receive information about all aspects of the enterprise, plan and control the organization.

Processing and storing information on the Internet - cloud technology - is another modern area of accounting automation. Undoubtedly, it has several advantages: no initial investment is required, easy to access, no user restrictions. At the same time, a significant flaw covers all the advantages of this technology - the safety and storage of data depends on the service provider.

So, on the one hand, automation of accounting processes is an objective necessity, to improve the organization and forms of accounting is possible only on the basis of the latest technological tools. But, on the other hand, in order to correctly choose an accounting automation system, that meets all the needs of the enterprise, and even better and takes into account certain specific features of the enterprise, it is necessary to clearly present the accounting system at the enterprise and the market of software products. The optimal solution to the two-sided task will allow us to provide modern requirements for organization of accounting at the enterprise today.

Thus, existing accounting technologies have the following disadvantages: risks of loss and distortion of information; fragmentation and poor data quality; the lack of the ability to automatically generate accounting and analytical information, taking

into account the time value of money; focus on the need for existing accounting methods; lack of integration into the international accounting system.

The information basis of modern accounting should be an open system, with the possibility of a gradual accumulation of necessary data, as well as various ways of grouping and processing them. The use of information technology in accounting significantly increases its efficiency, since control over the compilation of calculations, stocks and liabilities over any period of time can be ensured by compiling reference registers and an operational monitoring system. Therefore, without manual sampling and grouping, you can get the turnover of funds and determine the balance of accounts, suppliers, customers, contractors for any period of time or for any date.

In the last decade, the number of companies that introduce the concept of digital transformation has increased, including not only the use of new technologies (for example, machine learning, artificial intelligence applications, the Internet of things, blockchain), but also changes in key business elements, including strategy, business model, business processes.

A new stage in the development of information technology - artificial intelligence, machine learning, blockchain technology - will allow to solve those listed problems.

Artificial intelligence (AI) - the science and technology of creating intelligent machines, especially intelligent computer programs. Artificial intelligence is associated with the similar task of using computers to understand human intelligence. In the world of finance, artificial intelligence is primarily machine learning. The purpose of this concept is to create programs that can independently analyze data, make decisions, create concepts and learn based on predefined rules, without the use of additional programming. Using statistical methods and econometric models, artificial intelligence can build forecasts and scenarios, process an array of unstructured data into useful information, and adjust its actions taking into account changing business conditions.

Machine learning - this is a subset of artificial intelligence where machines can learn using algorithms to interpret data from the outside world to predict results and learn from successes and failures. machine learning - algorithms that allow a computer to draw conclusions based on data without following certain rules. Its goal is partial or full automation of complex professional tasks, and the scope of machine learning is constantly expanding.

Indeed, the acquisition and implementation of software elements requires significant material and labor resources; the cost of resources also requires the practical use of information systems.

When there are many accounting programs on the market that satisfy the most diverse requirements for them, the task of choosing a program for a particular enterprise remains very difficult.

References

1. «Trend sinaccoun tingorganization development»[Electronicresource] - Access mode:<http://ven.ztu.edu.ua/article/viewFile/119340/114554.pdf>
2. «Moderninformationtechnologiesinorganizationofaccounting» [Electronicresource] - Access mode:http://sophus.at.ua/publ/2016_12_14_kampodilsk/sekcija_section_6_2016_12_14/suchasni_informacijni_tekhnologiji_v_organizaciji_bukhgalterskogo_obliku/139-1-0-2213
3. «Digitaltechnologiesinaccountingandauditing» [Electronicresource] - Access mode:<https://bizeducate.com/11/2018/tsifrovye-tehnologii-v-buhgalterskoj-i-auditorskoj-deyatelnosti/>
4. «Machinelearning, deeplearning.» [Electronicresource] - Access mode:<https://neuronus.com/stat/1084-machinelearning-deep-learning-chto-eto-zachem-eto.html>

*Bielozertsev V.S., c.e.s., professor of statistics,
accounting and economic informatics
Olesya Gonchar Dnipro National University*

*Kuzmina D.A.
student, specialty economics
Olesya Gonchar Dnipro National University
diana.kuzmina@gmail.com*

INFORMATION AND ANALYTICAL ASPECT OF ENSURING ECONOMIC SECURITY: NATIONAL AND REGIONAL LEVEL

The economic security of the country and its regions at the present stage of development is becoming a key component of national security, the basis of sustainable economic development and depends on social and political stability, the level of legal and information-analytical support. Objectively, the existing difficulties of accounting for all the numerous processes that arise in the management of the state and its regions often lead to the irrational use of material, financial and labour resources, therefore, management tasks require new methods of solution based on modern information and analytical support. The work of well-known Russian and Ukrainian economists, such as: A.I. Tatarkin, O.A. Romanova, V.I. Yakovlev, T.S. Klebanova, N.L. Chernova, A.S. Shnipko, Z.S. Varnalius [1]. At the same time, the urgent and significant problems of the formation of information and analytical support for economic security for diagnostics and continuous monitoring of the situation as a decision-making tool have not paid enough attention to the work of economists and researchers.

In the current economic situation at the macro, meso, micro level, the problem of ensuring economic security is becoming increasingly important. In the scientific literature, foreign and domestic scientists-economists define the definition of »economic security« in different ways. V.M. Geyets defined the essence of economic security as «the ability of the national economy to ensure it's free, independent development and maintain the stability of civil society and its

institutions, as well as sufficient defence potential of the country under all kinds of adverse conditions and scenarios» [2]. Z.S. Varnaliy defines economic security as «the state of the national economy, in which economic resistance to internal and external threats is maintained and the needs of the individual, society, and the state are satisfied» [3].

In the conditions of transformational changes, a crisis in the regions can create a significant threat to the country's economic development. The region as an integral socioeconomic system has its own characteristic features of the formation of strategies and policies for economic development, security mechanisms. At the national and regional levels, the main components of the internal structure of economic security are identified (Fig. 1).

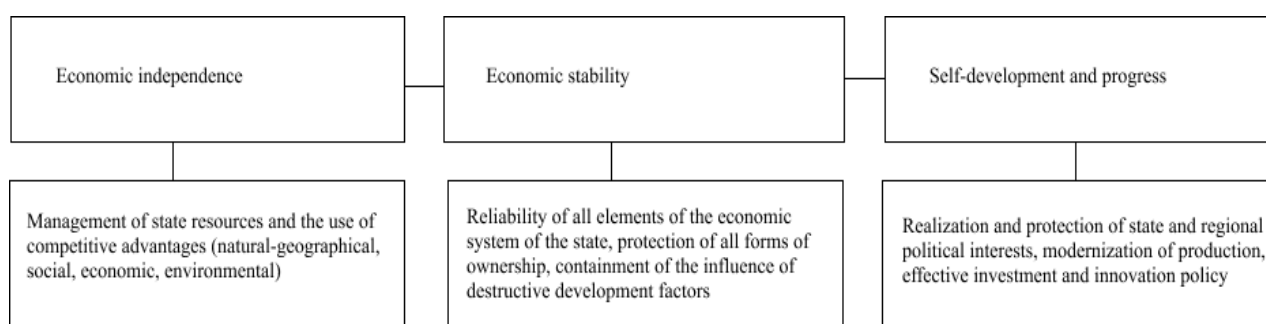


Fig. 1. Components of the internal structure of economic security [2, 3].

The system of ensuring economic security is formed taking into account a set of features of the conditions of the state and its regions, factors of influence on socioeconomic development, mechanisms of functioning of the country's life, effective use of production potential and natural resources. The system of ensuring the country's economic security reveals a categorical essence through the interaction of state regulation and market self-regulation, national and regional interests in the field of economic security from possible external and internal threats [4].

Since 2014, Ukraine has seen a marked increase in the impact of external and internal threats to economic security, which negatively affected the indicators of the economic dynamics of industrial production, construction and transport, and agriculture, while maintaining a low level of lending. The decline in industrial

production amounted to 2.1%. The decrease in agricultural production amounted to 4.5%, which is associated with a decrease in crop production by 9.1%. A decrease in production in industries, construction and agriculture negatively affects the employment of the population in these industries and leads to a decrease in living standards in the regions of the country [5].

There is a need to implement the strategic objectives of state and regional policies aimed at increasing the sustainability and stability of economic development. Such tasks are: innovation and investment development of the infrastructure of the country's regions; phased restructuring of strategic sectors of the economy; gradual formation of territorial production complexes; constant development of interregional ties; overcoming the depressive state of the regions and serious macroeconomic and interregional imbalances.

The system of ensuring economic security should be based on information and analytical support, taking into account the likelihood of threats arising at the state and regional levels: changes in the level and structure of incomes and expenses of the population; change in demographic situation; the growth of social tension in society; change in the level of economic activity of the population; rising poverty rates; changes in the level of well-being of the population; falling production volumes; imbalance in the sectoral structure of the regional economy; decreased competitiveness of national products; low level of renewal of fixed assets; a change in the state of scientific and technological potential; change in the level of investment activity; change in the level of openness of the economy; irrational structure of the regional budget; decrease in the effectiveness of the regional tax system; dependence on imports of strategic resources; criminalization of the economy; change in the environmental situation [6].

Ensuring effective management and confronting external and internal national and regional threats, destabilizing factors, while organizing diagnostics and constant monitoring of economic security based on the development and practical implementation of an adequate information and analytical system, will allow to

obtain quantitative and qualitative assessments of possible threats that characterize the degree of economic decline potential for a certain period of time.

It is necessary to establish the sensitivity of the state's economic system to possible types of threats and assess the degree of controllability of potential threats. For managed threats, an assessment of the possibility of localization and their elimination or a reduction in the duration of their impact and related damage should be obtained. Also important is such a component of information and analytical support that makes it possible to assess uncontrollable external and internal threats to adapt the economic system to their occurrence with the aim of taking measures to increase the reliability and stability of the economic security system [7]. The formation of information and analytical support for economic security at the national and regional level should be based on fundamental principles, such as:

1. information sufficiency and systemic coordination of strategic goals, objectives, material resources to ensure economic security;
2. efficiency and timeliness of recognition of negative development factors, diagnosis of possible destabilizing situations at the national and regional levels;
3. the reliability of the formation and implementation of managerial decisions in the field of economic security of the country.

Information and analytical support for the economic security of the state and its regions should include:

- a system of economic indicators (indicators) for assessing the level of development of the state and its regions, criteria for assessing the conditions, dynamics and consequences of the impact of possible multi-factor risks;
- an effective software tool for forecasting and economic-mathematical modeling, which will provide a comprehensive assessment of the economic security situation;
- a multilevel hierarchical system of information support for systemic risk analysis at the national and regional levels;

- an algorithm for assessing the degree and level of manifestation of crisis situations in the regions, as well as preliminary assessing the likelihood of their occurrence in the future;

- assessment and forecasting of economic security for the medium and long term on the basis of analytical information for the diagnosis and monitoring of situations; - implementation of management decisions to minimize the degree and level of possible risk for the forecast period at the national and regional level.

Information and analytical support of economic security should be based on analytical and simulation modeling, which allows us to study the internal interaction between the subsystems and assess the impact of the external environment on the vital functions of the state and its regions [8].

Analytical and simulation models for assessing economic security will make it possible to assess the situation and predict the development of the economy, determine the best relative to the set criteria for the effectiveness of parameter values, the system for ensuring economic security, and choose the optimal values of socioeconomic indicators. Diagnostics and monitoring of the system of indicators-indicators of economic security, based on information and analytical support - a necessary attribute in the management of national and regional development, the quality of which depends on the effectiveness of making socioeconomic decisions. It is in the process of diagnostics and system monitoring that the changes that have arisen from the standpoint of economic security of the country and its regions are determined. Diagnosing and monitoring the factors that determine the real threats to economic security with the help of an operational information-analytical system for analyzing the monitoring of the dynamics of security indicators is of particular importance for the transition state of the economy.

References

1. Abalkin, L. Economic security of: threats and their reflection / L. Abalkin // Questions of Economics.

2. Geet, V.M. Economic Security Modeling: State, Repon, Enterprise [Monograph] / V.M. Heyet, M.O. Kizim, TS Klebanova, O.I. Chernyak. - X.: ВД «ІНЖЕК», 240 p.
3. Varnalsh, Z.S. Economic security: teach. both / ZS Varnalsh. - K .: Knowledge, 647 p.
4. Zhalsho, Ya. A. The theory and practice of forming effectively! economic strategies of the state [Monograph] / I .A. Too bad. - K .: - 336 p.
5. State Statistics Service of Ukraine. [Electronic resource]. - Access mode: www.ukrstat.gov.ua.
6. Ponomarenko, V.S. Economic security of the region: analysis, evaluation, forecasting [Monograph] / VS. Ponomarenko, TS Klebanova, N.L. Draft., 144 p.
7. Senchagov, V.K. Economic security of Russia / V.K. Senchagov. - M: Delo, 896 p.
8. Shnipko, OS Economic Security of Hierarchical Wealth Systems: A Reponal Aspect [Monograph] / OS. Shnipko. - K .: Genesis, 287 p.

*Волошин В.С., к.е.н.
доцент кафедри комп'ютерних технологій
та економічної кібернетики
Національний університет водного
господарства та природокористування
vvcrv@ukr.net*

ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНА СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ БІЗНЕС- ПРОЦЕСАМИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні телекомунікаційні технології включають в себе роботу в локальних і глобальних комп'ютерних мережах, використання інформаційних ресурсів, таких, як електронна пошта, Інтернет тощо. Розвиток Internet-технологій відкрило нову область рекламної діяльності – рекламу в Internet,

можливості якої намагаються використовувати все більше число організацій в різних сферах людської діяльності.

Для зберігання, пошуку і видачі інформації за запитами кінцевих користувачів використовуються системи управління базами даних. Вони можуть містити інформацію про цільову аудиторію, про результати моніторингу ЗМІ, про клієнтів рекламного агентства, про конкурентів тощо [1].

Поряд з цим сучасними інформаційно-аналітичними системами управління бізнес-процесами, що пропонуються на IT ринку є CRM – засоби управління взаємовідносинами з клієнтами [2].

Розглянемо основні функціональні можливості платформи Creatio, що застосовується для управління маркетингом, продажами і сервісом [3].

Портрет клієнта 360. Creatio дозволяє організувати інформацію про контагентів у єдину базу ваших клієнтів і постачальників, партнерів та співробітників компанії. Можливо завантажувати дані з соціальних мереж і автоматично отримувати інформацію з відкритих джерел завдяки інтелектуальному збагаченню даних. Зберігати також доцільно історію комунікацій і проводити сегментування клієнтів. Упорядкована клієнтська база дозволить швидко знаходити потрібну інформацію і вибудувати правильну тактику взаємодії.

Розклад подій та комунікація. Рішення, щодо коригування PR-стратегії багато в чому залежать від тієї інформації, яка надходить до PR-керівнику від членів його команди. Значить, інформація ця повинна бути повною і об'єктивною. Для цього система Creatio об'єднує всі канали комунікацій з клієнтами для збереження повної історії взаємин. Існує можливість планувати зустрічі за допомогою зручного розкладу; користуватися нагадуваннями і стрічкою, щоб не пропустити важливі події; зберігати email-листування і історію комунікацій з клієнтами в месенджерах.

Проведення семінарів. Creatio дозволяє фіксувати потреби клієнтів і відстежуйте джерела їх надходження. Облік потенційних контрагентів дозволяє виявляти нові можливості для продажів і конвертувати їх в операції. Завдяки

інструментам для автоматизації маркетингу можливо не тільки сегментувати клієнтів, керувати email-розсилками і будувати персоналізовані тригерні кампанії, але й аналізувати відгуки на комунікації, а також оцінювати ефективність проведених маркетингових кампаній і використовуваних каналів зв'язку (рис. 1).

Управління продажами та замовленнями. В платформі існує можливість проходити весь цикл довгих продажів: від аналізу потреб і першого дзвінка клієнта, до презентації комерційної пропозиції і підписання контракту. На кожному етапі CRM-система підкаже необхідні кроки і допоможе правильно вибудувати тактику угоди. Оформити замовлення, підібрати відповідні товари і виставити рахунок клієнту можна в лічені хвилини.

Для Інтернет-магазинів можливо налаштувати автоматичну реєстрацію замовлень з сайту. А для компаній з тривалим циклом поставки товарів – планувати графік поставок і оплат, а також контролювати терміни виконання та оплати замовлень у режимі онлайн.

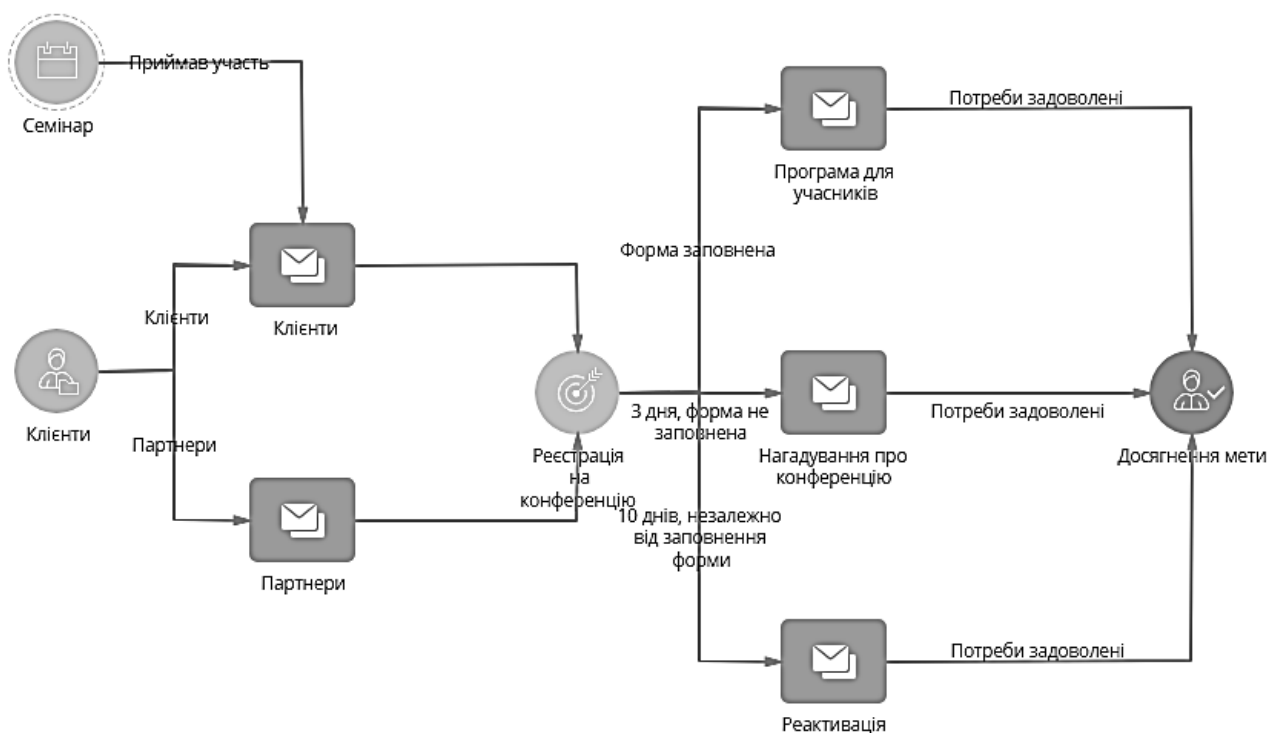


Рисунок 1 – Приклад схеми проведення семінару в системі Creatio

Джерело: власна розробка виконана на основі [3]

Управління товарами та сервісами. Дана функціональна можливість дозволяє сформувати єдиний каталог товарів і послуг підприємства з цінами, детальними характеристиками і зручним пошуком. Система допоможе швидко підбирати продукти з урахуванням потреб клієнтів, а також отримувати статистику з продажу тих чи інших позицій. Можливо створити єдиний каталог сервісів для систематизації роботи співробітників сервісної служби. Актуальний і повний каталог допоможе регламентувати процеси обслуговування і пропонувати клієнтам тільки якісний і своєчасний сервіс.

Електронний документообіг. В системі Creatio ведеться облік всіх договорів компанії і пов'язані з ними комерційні документи. Автоматично формується список продуктів договору на основі замовлення. Візуються документи по налаштованому бізнес-процесу.

Контакт-центр. Надає можливість операторам максимально ефективно працювати з щоденними завданнями. Співробітник контакт-центру може легко обробляти по черзі звернень, виконувати дзвінки, обмінюватися інформацією в корпоративній соціальній мережі і відслідковувати власні завдання, не перемикаючись між розділами.

Аналітика. Дозволяє аналізувати роботу компанії в режимі реального часу. Отримувати зрізи за всіма ключовими показниками діяльності для прийняття вірних управлінських рішень. Використовує готові звіти з продажу, маркетингу, сервісу, клієнтської інформації, результатами роботи менеджерів. Існує можливість налаштовувати власні графіки і звіти для отримання актуальної картини з урахуванням потрібних показників.

Серед недоліків платформи Creatio можна виділити наступні:

- можливість застосування лише у браузері без додаткового програмного забезпечення;
- закритий код скриптів не дозволяє вбудовувати власні розробки;
- обмеженість безкоштовної версії;
- громіздкий програмний код;
- неможливість працювати в офлайн режимі;

- зависання системи.

Отже, CRM система Creatio є інтелектуальною платформою для управління бізнес-процесами, основними функціональними модулями якої є: портрет клієнта 360, розклад подій та комунікація, управління продажами та замовленнями, електронний документообіг, звернення контрагентів, контакт-центр та аналітика.

Список використаної літератури

1. Филинова, О. Е. Информационныетехнологии в рекламе. Москва: Мир, 2014. 240 с.
2. CRM система: веб-сайт. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Управління_відносинами_з_клієнтами.
3. CRM система Creatio: веб-сайт. URL: <https://www.terrasoft.ua>.

*Вонберг Т.В., к.е.н., доцент
доцент кафедри управління
персоналом та економіки праці*

*Герасько В.Ю., студентка
ДВНЗ «Київський національний
економічний університет ім. В.Гетьмана»
t.vonberg@ukr.net*

МЕДІАЦІЯ ЯК СПОСІБ ВИРІШЕННЯ КОНФЛІКТІВ В КОМПАНІЇ

Бізнес-середовищу притаманні різноманітні конфлікти та суперечки, які часто виникають як із зовнішніми, так і з внутрішніми стейкхолдерами. Конфлікти заважають бізнесу, породжуючи збитки та недоотримані прибутки, впливають на підвищення рівня незадоволеності та стресу. Очевидно, що від цих суперечок страждають всі сторони конфлікту, що зацікавлені у швидкому вирішенні проблеми, перш за все, на свою користь. Фахівці з управління персоналом рішуче стверджують, що конфлікти краще попередити, ніж

вирішувати, проте, бізнес-життя доволі мінливе і не завжди можна із впевненістю все передбачити.

Вирішуючи означену проблему, багато хто з науковців, що займаються питаннями управління персоналом, та фахівців-практиків переконані, що дієвим методом вирішення конфліктів та проблемних ситуацій сьогодні виступає медіація. Сутність цього методу полягає у тому, що вирішення конфліктів відбувається за допомогою залучення третьої незалежної сторони. Ця сторона має змогу зі сторони, більш-менш об'єктивно поглянути на проблему і запропонувати шляхи її вирішення, керуючись фактами та дієвими обґрунтуваннями. Тобто, медіатор допомагає учасникам конфлікту налагодити перш за все комунікацію та виявити причину конфлікту, допомагаючи у пошуку компромісу.

Важливо наголосити, що медіатор не приймає рішення замість учасників конфлікту, а лише наштовхує їх на шлях вирішення останнього. Разом із тим, вирішальне слово завжди за учасниками конфлікту.

У багатьох розвинутих країнах медіація на сьогодні є дуже популярною і багато міжнародних компаній використовують цей метод задля вирішення проблемних моментів. В літературі виокремлюють декілька принципів медіації, які найкращим чином її характеризують: добровільність участі, нейтральність медіатора та конфіденційність [1].

Отже, основна ідея цієї техніки полягає в тому, що процес координує посередник, який не представляє жодну з сторін конфлікту. Медіатор має ретельно опрацювати процес спілкування між сторонами конфлікту, роз'яснити їм проблемні сторони питання та розробити модель комунікації, що презентується кожній стороні. Він заохочує та підштовхує суб'єктів конфлікту до аналізу. Це дуже відповідальна робота, адже від пріоритетності та правильності запитань, які створені медіатором, залежить результат всієї справи.

Вирішальним плюсом медіації є те, що вона допомагає знайти рішення, яке буде прийнятним для усіх сторін. Крім того, описаний спосіб вирішення

суперечок допомагає зняти емоційне напруження, адже професійний медіатор пояснює сторонам, що незалежно від конфлікту, який між ними стався, найголовніше - збереження спокою. З метою вирішення конфлікту та знаходження компромісу важливо уникати агресії та не відповідати грубістю на грубість, а також не забувати про контроль емоцій. Для цього може використовуватись техніка уточнення позицій, тобто вказування на переваги досягнутих домовленостей, а не на помилки суперника.

Технічною характеристикою медіації є структуровані переговори без зайвих слів та інформації. Медіатор використовує техніки активного слухання в перефразування, щоб роз'яснити суперечливі моменти, уточнити деталі та звернути увагу на важливі умови.

У результаті використання цієї методики досягається позитивний результат, який в кінцевому рахунку дозволяє уникнути судової тяганини. Відпадає потреба у довготривалих та затратних судових процесах, в тому числі і у залученні відповідних фахівців з правової допомоги. Професіонал-медіатор ставить правильні запитання та намагається підійти структуровано до вирішення питання, допомагає сторонам швидко досягти взаєморозуміння. Тобто, техніка фіксації сторін на моментах згоди та єдності допомагає зекономити емоційні зусилля сторін, їхній час та гроші. Звичайно, за даного розвитку подій є певні витрати на медіацію, які по суті обмежуються виплатою медіатору, що є значно меншою за судові витрати; і все це погоджується та фіксується у відповідній угоді [2].

Цікаво, що коли долучається медіатор до вирішення конфлікту, сторони можуть прийняти доволі нестандартне рішення, яке не було б прийняте у повсякденному житті.

Як висновок, хочемо зазначити, що переваги описаного вище методу дозволяють йому зайняти достойну сходинку у науці вирішення конфлікту. Сьогодні все більше і більше компаній звертаються до медіаторів, адже це не лише вигідно, швидко, але й по-сучасному вирішує конфлікти повсякденного бізнес-життя.

Список використаної літератури

1. Альтернатива суду. Як медіація допомагає вирішити бізнес-конфлікти.
/ Андрій Ілюк // [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
<https://www.epravda.com.ua/columns/2019/08/23/650866/>

2. Медіація – нова фішка комункації. / Тетяна Сидоршина // [Електронний
ресурс]. – Режим доступу: [http://yur-
gazeta.com/publications/practice/inshe/mediaciya--nova-fishka-komunikaciyi.html](http://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/mediaciya--nova-fishka-komunikaciyi.html)

*Григорук Т.О.
Науковий керівник: Ніколаєва А.М., к.е.н., доцент
Луцький національний технічний університет
grygorukt@ukr.net*

РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕЛЕКТРОННОГО ТРЕЙДИНГУ НА ФОНДОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Актуальним для сучасної України є питання розвитку торгівлі на фондовому ринку за допомогою використання новітніх інформаційних технологій, а саме інтернет-трейдингу, який здійснює віддалений доступ до торгів цінними паперами. Важливість дослідження цієї проблеми пояснюється тим, що у сучасному світі перемагає той, хто краще використовує технічні можливості отримання й аналізу інформації.

Інтернет-трейдинг – це система роботи з цінними паперами, яка дає інвестору доступ до біржової інформації, а також дає можливість укладати угоди з купівлі-продажу цінних паперів на біржі в режимі реального часу за допомогою спеціальної сертифікованої програми, встановленої на персональному комп'ютері[4, с. 86]. Наведемо переваги та недоліки електронного трейдингу (рис. 1).

В Україні онлайн-торгівля цінними паперами з'явилася 26 березня 2009 р. на фондовому майданчику ПАТ «Українська біржа». Основною метою її

створення було підвищення конкурентоздатності фінансового ринку України і створення передумов для залучення в економіку країни іноземного та внутрішнього капіталу.

Ще одним торговельним майданчиком, який дає можливість здійснювати онлайн-торгівлю на фондовому ринку України є АТ «Фондова біржа ПФТС». Дана біржа технологічно складається з «Ринку котировок», «Ринку заявок», РЕПО. Також в ПФТС проводяться аукціони НБУ, аукціони з продажу цінних паперів Фондом державного майна України, компаніями, що проводять первинне розміщення (IPO) власних цінних паперів, або навпаки, розпродають власні активи в цінних паперах [6].



Рисунок 1 – Переваги та недоліки електронного трейдингу

Примітка. Систематизовано автором на основі [1, с. 361; 2, с. 9; 4, с. 87]

Електронна торгівля цінними паперами здійснюється за рахунок підтримки платіжних систем. В Україні такою є внутрішньодержавна небанківська платіжна система «Розрахункова Фондова Система». Вона єдина в нашій державі, яка має дозвіл Національного банку України на здійснення розрахунків за договорами з цінними паперами та дозвіл на відкриття рахунків

учасниками розрахунків згідно з Правилами «Розрахункової Фондової Системи».

Важливим напрямом розвитку механізмів інтернет-трейдингу є маржинальна торгівля, яку планують запустити українські онлайн-брокери (професійні учасники фондового ринку, які мають ліцензію на торгівлю цінними паперами та відповідне програмне забезпечення). Маржинальна торгівля – це проведення спекулятивних торговельних операцій з використанням грошей і товарів, що надаються спекулянту в кредит під заставу встановленої суми – маржі. Простий маржинальний кредит відрізняється тим, що отримувана сума грошей (або вартість отриманого товару) зазвичай у декілька разів перевищує розмір застави (маржі), іншими словами, інвестор-трейдеру надається так зване кредитне плече. Тому, якщо популярність маржинальної торгівлі зростатиме на ринку, то справи в інтернет-інвесторів лише покращуватимуться [4, с. 88].

Визначимо шляхи розвитку електронного трейдингу в Україні (рис. 2).

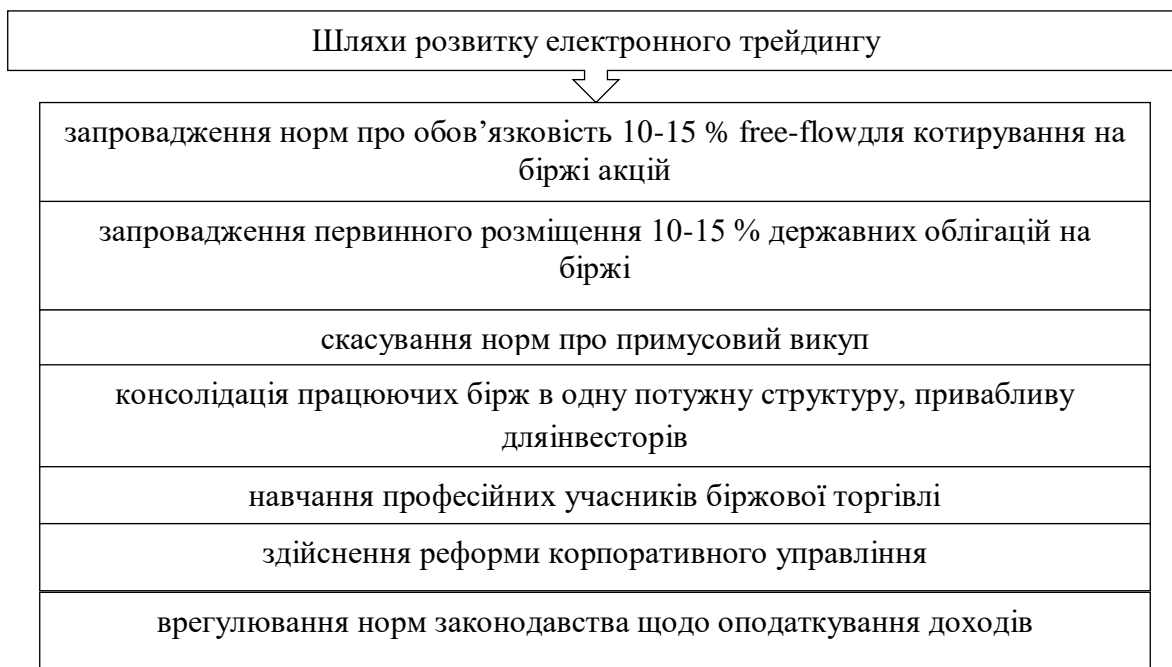


Рисунок 2 – Шляхи розвитку електронного трейдингу

Примітка. Систематизовано автором на основі [3, с. 210; 5, с. 10]

В Україні є досить великі перспективи розвитку електронного трейдингу. Досліджувана система роботи з цінними паперами дала поштовх до розвитку такого сектору бізнесу, як інформаційне та програмне забезпечення фондового ринку. Цей ринок має потребу в інноваціях та напрацюваннях з боку іноземних компаній.

Таким чином, дослідження електронного трейдингу на фондовому ринку показало, що він є маловикористовуваним і недостатньо розвиненим в Україні. Чим продуктивнішою буде популяризація сучасних технологій, тим більша зацікавленість з'явиться до електронного трейдингу, і, як наслідок, фондовий ринок швидше наповниться новими інвесторами. Якщо Україна перейматиме позитивний досвід провідних країн світу та вирішить проблеми, які стоять на заваді онлайн-торгівлі цінними паперами, то перспективи її розвитку будуть значними.

Список використаної літератури

1. Жувагіна І. О., Філіпішина Л. М. Розвиток Інтернет-трейдингу в Україні: реалії та перспективи сучасності. *Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка»*. Наук. ж-л. 2016. Вип. 1 (47). С. 359-362.
2. Косова Т. Д., Ярошевська О. В. Фондова електронна торгівля цінними паперами: вплив на розвиток фінансового ринку України. *Економіка та держава*. Наук. ж-л. 2017. №2. С.7-10.
3. Машлій Г. Б., Віятик І. В. Проблеми розвитку біржового електронного трейдингу в Україні. Актуальні задачі сучасних технологій: матеріали IV Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів, (м. Тернопіль, 25-26 листоп. 2015 р.). Тернопіль, 2015. С. 210-211.
4. Ситник І. П., Кеба А. А. Актуальні питання й перспективи розвитку інтернет-трейдингу та його платіжних систем в Україні. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. Наук. ж-л. 2016. Вип. 7 (3). С. 86-89.

5. Шиндирук І. П., Тугай О. Є. Тренди розвитку інтернет-трейдингу в Україні. *InternationalScientificJournal «Internauka»*. 2018. Вип. 19 (59). URL: <https://www.inter-nauka.com/issues/2018/19/4364> (дата звернення: 22.03.2020).

6. Офіційний сайт ПАТ «Фондова біржа ПФТС». URL:<https://pfts.ua> (дата звернення: 22.03.2020).

*Гризовська Л. О., к.е.н., доцент
доцент кафедри менеджменту,
адміністрування та готельно-ресторанної справи
Хмельницький національний університет
lilihka791@ukr.net*

ЦИФРОВІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ В ТУРИСТИЧНОМУ БІЗНЕСІ

Індустрія туризму за останні роки істотно змінилася в зв'язку з розвитком і поширенням комп'ютерних технологій. Сучасні умови ведення туристичного бізнесу вимагають від його суб'єктів швидкого реагування на процеси, що відбуваються в зовнішньому середовищі, і це забезпечує всесвітня інформаційна мережа. Специфічні характеристики глобальної мережі Інтернет, її здатність майже миттєво надати необхідну інформацію зумовила стійку тенденцію використання цифрових технологій і в маркетинговій діяльності туристичних підприємств.

Зарубіжні автори Н. Морган та А. Ричард приділяють багато уваги питанням формування брендів. Вони визначають, що на початку ХХІ ст. брендинг став сучасною маркетинговою стратегією тому, що бренд має здатність поляризувати споживачів, завдяки чому використання брендів стає дедалі актуальнішим і дуже важливим. Крім того, автори підкреслюють, що використання брендів стикається з багатьма труднощами такими, як

обмеженість бюджетів, політичний тиск, відсутність контролю над продуктом і схожість продуктів (послуг) між собою [4, с. 293].

Сучасний брендинг пов'язаний не тільки з розробкою комунікаційних стратегій, що забезпечують привабливість туристичних послуг, він призначений підкреслити якість цих послуг, що відповідає, або навіть перевищує споживчі очікування. При формуванні брендів підприємства повинні ставити за мету досягнення чільного місця на відповідних світових цільових ринках послуг. Саме тому доцільно використовувати найсучасніші рекламні технології, зокрема Інтернет та цифрове телебачення, що мають інтегруватися з традиційним маркетинговим комплексом. Необхідно цілеспрямовано налагоджувати комунікації зі споживачами, щоб зайняти особливе місце в їхній свідомості для свого бренду. Існує три стратегії позиціонування компаній:

- стати першою;
- показати себе поряд із компанією, яка є першою на ринку;
- рекламувати свій бренд і заповнювати «дірки» на цільовому ринку.

Розробка систем комунікацій – це процес, який необхідно розглядати для кожної послуги окремо.

Однією з визначальних для ефективного маркетингу характеристик середовища Інтернет є його гіпермедійна природа, яка забезпечує високу оперативність у поданні та засвоєнні інформації, що значно підвищує можливості туристичних фірм налагоджувати й підтримувати комунікацію з підприємствами-партнерами і споживачами (туристами).

І загалом, використання цифрових технологій дає суттєві переваги туристичним компаніям у роботі з маркетинговою інформацією порівняно з традиційними технологіями маркетингу:

- відсутність просторової локалізації, можливість здійснювати діяльність поза прив'язкою до конкретної території;
- забезпечення можливостей скорочення часу на пошук партнерів, здійснення операцій, розробку нового турпродукту і т. п.;

- зниження асиметрії інформації;
- зниження трансакційних витрат;
- зниження ризику, пов'язаного з невизначеністю;
- зниження витрат на роботу з продуктом за рахунок вибору оптимального асортиментного ряду туристичних продуктів, скорочення часу на розробку й впровадження нового турпродукту, обґрунтованої політики ціноутворення, зниження кількості посередників і витрат на просування й продаж туристичних продуктів і т. п.

Комунікації зі споживачами здійснюються через фізичний та цифровий світи шляхом створення взаємодії між брендами і споживачами, для визначення та задоволення потреб і переваг людини, включаючи соціальні та особистісні відносини. Нині цифровізація торкнулась всіх бізнес-процесів підприємств і організацій, що мають відношення до сфери туризму, включаючи процеси:

1) бізнес-бізнес (B2B), у яких компанією-постачальником послуг (наприклад, туроператором, авіакомпанією, круїзною компанією або готельною мережею) видаються персональні коди компанії-партнеру (наприклад, іншому туроператору або агенту). Остання авторизується на сайті введенням пароля й логіна і потрапляє в систему он-лайн бронювання. Прикладом такої моделі цифрової комунікації в туризмі є глобальні дистрибутивні системи (GDS) та системи бронювання туроператорів;

2) бізнес-споживач (B2C) – модель, за якою майбутній турист може самостійно і напряму купити окремі послуги або тури на сайті постачальників;

3) бізнес-бізнес-споживач (B2B2C) – формат, що дозволяє організувати комунікацію з потенційними споживачами на одному сервері відразу декільком юридичним особам (наприклад, туроператорам, готелям тощо). Для цього вони мають зареєструватись на Booking.com, Agoda, Expedia – і будь-який індивідуальний користувач може зайти на цей майданчик, забронювати та сплатити послугу. Існують також єдині портали бронювання, що акумулюють пропозиції постачальників інших послуг і тури туроператорів. Сюди можна

віднести і купонні сервіси, де споживачі можуть придбати туристичні продукти та послуги зі знижкою;

4) бізнес-бізнес-бізнес-споживач (B2B2B2C) – модель, що реалізується у туризмі альтернативними дистрибутивними системами – ADS, у тому числі – метапошуковими системами. В цьому разі пропозиції постачальників послуг генеруються самостійно, або через інших брокерів на спеціальних порталах. Роблячи пошуковий запит споживач бачить у пошуковій видачі сайту всі можливі варіанти реалізації свого пошуку з ціною. Наприклад, у разі пошуку авіаквитка – це варіанти як самої авіакомпанії, так і посередників.

Незважаючи на те, що такі майданчики для е-комерції часто є виключно комерційними проектами, національні туристичні портали багатьох країн їх підтримують, щоб збільшити продаж туристичних послуг і турів. Зокрема, такі можливості надають національні туристичні портали germany-tourism.de (Німеччина); visitsweden.com (Швеція), myswitzerland.com (Швейцарія), pot.gov.pl (Польща), visitbelgium.com (Бельгія), visitsfinland.com (Фінляндія), holland.com (Нідерланди), franceguide.com (Франція), czechtourism.com (Чехія) і багато інших. Специфічним об'єктом продажу на таких сайтах є й суто маркетингова інформація, наприклад, звіти про проведення маркетингових досліджень, аналітичні дані статистичних служб тощо, які можуть використовуватись відповідними зацікавленими особами для обґрунтування різних бізнес-рішень.

Цифрові технології комунікацій з кожним роком знаходять все ширше застосування в діяльності туристичних підприємств. Повноцінне використання їх можливостей дає змогу персоналізувати туристичний продукт, збільшити відповідність його структури і й умов споживання запитам різних категорій споживачів. Суб'єкти туристичної діяльності мають змогу отримувати необхідну інформацію швидше і з більшою точністю, а також поширювати створений туристичний продукт через сайти, соціальні мережі, електронну пошту, контекстну рекламу для Інтернет-аудиторії. Використання мобільних додатків для створення віртуальної реальності та формування маршруту за QR-

кодами, за умови їх цільового використання, підвищують інтерес до розроблених туристичних продуктів, насичують їх змістом, що відповідає запитам цільових аудиторій. Все це позитивно впливає на формування туристичного потенціалу України, просування на світовому туристичному ринку туристичних продуктів з її різних регіонів.

Список використаної літератури

1. Ковальчук С. Ринок маркетингових комунікацій України: огляд та тенденції розвитку / С. Ковальчук, М. Лазебник // Маркетинг в Україні. – 2016. – № 3. – С. 18–33.
2. Окландер М.А. Цифровий маркетинг – модель маркетингу ХХІ сторіччя : [монографія] / авт. кол.: Окландер М.А., Окландер Т.О., Яшкіна О.І. [та ін.] ; за ред. М.А. Окландера. – Одеса : Астропринт, 2017. – 292 с.
3. Савицька Н.Л. Маркетинг у соціальних мережах: стратегії та інструменти на ринку В2С / Н.Л. Савицька // Маркетинг і цифрові технології. – 2017. – № 1. – С. 20–33.
4. Ткаченко Т. І. Сталый розвиток туризму: теорія, методологія / Т. І. Ткаченко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. — 536 с.

*Завалій Т.О., аспірант кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»
ek_zto@ztu.edu.ua*

ВИБІР ФАКТОРІВ ДЛЯ ПРОВЕДЕННЯ РЕГРЕСІЙНОГО АНАЛІЗУ ВПЛИВУ КЛІЄНТСЬКОГО КАПІТАЛУ НА РИНКОВУ ВАРТІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Встановлення факту наявності зв'язку між клієнтським капіталом підприємства та його ринковою вартістю, та визначення відповідних ступенів

залежності уможлиблюється за допомогою використання спеціальних математичних моделей, зокрема моделі регресії.

Ряд досліджень присвячено проблематиці визначення впливу інтелектуального капіталу та його структурних елементів на ринкову вартість підприємства саме за допомогою регресійних моделей [1, 2, 3]. За допомогою моделі Тобіта (модель цензурованої регресії), яка відноситься до моделей з обмеженими залежними змінними, М.-Ю. Ченг, Дж.-Я. Лін, Ц.-Й. Сяо, Т.В. Лін [4, с. 642] досліджують питання залежності ринкової вартості компанії від драйверів вартості, а саме від структурних елементів інтелектуального капіталу – інноваційного, людського, клієнтського та процесного капіталів. Слід відзначити, що клієнтський капітал виступає в цих моделях одним із факторів впливу на ринкову вартість підприємства. Ближча до тематики нашого дослідження є праця М.Б. Таг'єха, С. Таг'єха, З. Поорзамані [5, с. 207], які пов'язують питання «втраченої» вартості (мовою оригіналу «missing values») в фінансовій звітності саме із наявністю в підприємства інтелектуального капіталу та його складових. Дослідники за допомогою моделі одновимірної лінійної регресії вивчають вплив реляційного (клієнтського) капіталу як однієї зі складових інтелектуального капіталу на ринкову вартість та фінансові показники підприємства. Тобто, використання моделей регресії є поширеною практикою доведення факту наявності залежності між складовими інтелектуального капіталу (в т.ч. і клієнтського капіталу) та показниками, які характеризують ефективність діяльності підприємства.

Виникає необхідність досліджень, присвячених питанням встановлення зв'язків між клієнтським капіталом підприємства та його ринковою вартістю. Стверджувальна відповідь щодо наявності такої залежності відхилить питання пояснення необхідності ефективно управляти клієнтським капіталом з метою зростання ринкової вартості підприємства. На жаль, неможливість надати вичерпну аналітичну оцінку нематеріальним активам, що характеризують клієнтський капітал, на прикладі звітності вітчизняних підприємств зумовлює

реалізацію запитів до аналізу звітності світових компаній-лідерів, які звітуються відповідно до міжнародних вимог.

Проблеми виникають на етапі розуміння обмеженості інформаційного забезпечення управління клієнтським капіталом для потреб вартісно-орієнтованого управління: основне джерело інформації – система бухгалтерського обліку – не дає чіткої відповіді щодо величини клієнтського капіталу підприємства. Розуміння, що дані про клієнтський капітал підприємства, обмежується інформацією про нематеріальні активи, що безпосередньо характеризують відносини з клієнтами, дає поштовх до виявлення нових джерел інформаційного забезпечення. З урахуванням результатів наших попередніх досліджень, а саме того, що інформаційну основу для аналізу клієнтського капіталу 100 компаній-лідерів американського фондового ринку формують відповідні нематеріальні активи, які поділені на ті, що безпосередньо пов'язані із клієнтами, та на ті, що пов'язані із маркетингом, все одно приходимо до висновку, що це не відображає реальну величину клієнтського капіталу та не формує загальне його бачення. Така «розмитість» звітних даних про клієнтський капітал дозволяє стверджувати, що вони можуть приховуватися в інших рядках звітності.

По-перше, з огляду на структуру клієнтського (його поділ на інформаційну, репутаційну, договірну та особистісну складові) існує висока ймовірність того, що дані про інші нематеріальні активи містять інформацію про клієнтський капітал. Під іншими розуміються активи, які отримуємо як різницю всіх нематеріальних активів та тієї їх частини, що характеризує клієнтський капітал підприємства. Наприклад, інформаційна складова клієнтського капіталу, до якої відносяться CRM-системи, клієнтська база, знаходиться на перетині з організаційним капіталом, що зумовлює можливість розсіювання даних про клієнтський капітал в межах інших нематеріальних активів підприємства.

По-друге, інформація про гудвіл може приховувати інформацію, що характеризує клієнтський капітал підприємства. Це пояснюється тим, що гудвіл

вбирає в себе дані про активи, що не відповідають критеріям визнання ідентифікованих нематеріальних активів. Наприклад, ділова репутація та престиж підприємства мають пряму залежність від рівня лояльності клієнтів, а отже взаємовідносини підприємства з власними клієнтами будуть відображатися на величині гудвілу.

По-третє, обсяги витрат, понесених на організацію та проведення спеціальних досліджень, пов'язаних з клієнтським капіталом, не будуть відображатися як відповідні нематеріальні активи, тому слід звертати увагу на витрати на НДДКР, які можуть містити інформацію про особливості клієнтського капіталу та політику підприємства відносно обсягів витрат (інвестицій) в поліпшення стратегії співпраці з власними клієнтами. Також слід враховувати показники, які безпосередньо не стосуються клієнтського капіталу, але мають суттєвий вплив на процеси його формування та використання.

В рамках використання багатофакторної моделі регресії впливу клієнтського капіталу на ринкову вартість підприємства результируючим показником є ринкова вартість підприємства, взаємозалежними факторами – нематеріальні активи, що характеризують клієнтський капітал, інші нематеріальні активи, гудвіл, витрати на НДДКР, розмір підприємства, рівень його технологічності та коефіцієнт фінансового левериджу (табл. 1).

Таблиця 1

Фактори для регресійного аналізу впливу клієнтського капіталу на ринкову вартість підприємства

ФАКТОРИ		
<i>Основні</i>	<i>Додаткові</i>	<i>Контрольні</i>
<i>безпосередньо характеризують клієнтський капітал підприємства</i>	<i>містять інформацію про клієнтський капітал</i>	<i>мають суттєвий вплив як на ринкову вартість підприємства, так і на формування клієнтського капіталу</i>
1) Нематеріальні активи, що характеризують клієнтський капітал, в т.ч. - ті, що безпосередньо пов'язані із клієнтами; - ті, що пов'язані із маркетингом	1) Інші нематеріальні активи 2) Гудвіл 3) НДДКР	1) Розмір підприємства 2) Рівень технологічності підприємства 3) Коефіцієнт фінансового левериджу підприємства

Такий фактор як розмір підприємства оцінювався на базі загальної величини активів, а коефіцієнт фінансового левериджу розраховувався як співвідношення власного капіталу до залученого.

В свою чергу, за основу для визначення рівня технологічності підприємств були взяті висновки праці Ф. Галіндо-Руеди, Ф. Вергера [6, с. 14], які визначили середньозважені значення рівнів витрат на НДДКР в аспекті специфіки діяльності компанії, на базі чого і поділили компанії за рівнями: високий (high), середній, наближений до високого (medium-high), середній (medium), середній, наближений до низького (medium-low), низький (low). Представлені фактори пропонуються до використання для аналізу впливу клієнтського капіталу на ринкову вартість на прикладі діяльності 100 компаній-лідерів американського фондового ринку (табл. 2).

Таблиця 2

Рівень технологічності в розрізі специфіки діяльності 100 компаній-лідерів американського фондового ринку (перелік даних компаній був актуальним на 10.01.2020 року згідно з даними сайту «StockAnalysis Net»[7])

<i>№ з/п</i>	<i>Специфіка діяльності</i>	<i>Сектор</i>	<i>Рівень технологічності</i>
1	Виробництво споживчих товарів	Автомобілі/запчастини	Medium-high
		Виробники продуктів харчування	Medium-low
		Господарські товари	Medium-low
		Напої	Medium-low
		Товари особистої гігієни	Medium-low
		Тютюн	Medium-low
2	Нафта і газ	Виробники нафти та газу	Medium-low
		Нафтове обладнання, послуги та дистрибуція	Medium-low
3	Охорона здоров'я	Фармацевтика та біотехнології	High
		Медичне обладнання та послуги	Medium-high
4	Промислові компанії	Аерокосмос/оборона	High
		Електронне та електричне обладнання	Medium-high
		Загальна промисловість	Medium-high
		Промислове будівництво	Low
		Промисловий транспорт	Medium-high
		Служби підтримки	Low
5	Сировина	Хімічні речовини	Medium-high
6	Споживацькі послуги	ЗМІ	Low
		Подорожі/відпочинок	Low
		Роздрібна торгівля	Low
		Роздрібна торгівля продуктами харчування та ліками	Low
7	Телекомунікації	Телекомунікації з фіксованою лінією	Medium-low
		Мобільний зв'язок	Medium-low
8	Технології	Програмне забезпечення та комп'ютерні послуги	High
		Технологічне обладнання/техніка	High

На основі виділених факторів можна побудувати багатофакторну регресійну модель, що дозволяє проаналізувати вплив клієнтського капіталу на ринкову вартість підприємства.

В подальшому обрані фактори будуть перевірені на мультиколінеарність, а побудована регресійна модель оцінена на її адекватність.

Список використаної літератури

1. Chen M.-C., Cheng S.-J., Hwang Y. An empirical investigation of the relationship between intellectual capital and firms' market value and financial performance // *Journal of Intellectual Capital*. 2005. Vol. 6. № 2. P. 159-176.

2. Suherman R. The impact of Intellectual capital toward firm's profitability and market value of retail companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2013-2016 // *iBuss*. 2017. Vol. 5. № 1. P. 98-112.

3. Yilmaz I., Acar G. The effects of Intellectual capital on financial performance and market value : evidence from Turkey // *Eurasian Journal of Business and Economics*. 2018. № 11(21). P. 117-133.

4. Cheng M.-Y., Lin J.-Y., Hsiao T.-Y., Lin T.W. Censoring model for evaluating intellectual capital value drivers // *Journal of Intellectual Capital*. 2008. Vol. 9. № 4. P. 639-654.

5. Taghieh M.B., Taghieh S., Poorzamani Z. The effects of relational capital (customer) on the market value and financial performance // *European Online Journal of Natural and Social Sciences*. 2013. Vol. 2. № 3(s). P. 207-211.

6. Galindo-Rueda F., Verger F. OECD taxonomy of economic activities based on R&D intensity. *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*. 2016. № 04. OECD Publishing, Paris. 25 p.

7. *Stock Analysis on Net: 100 U.S. Stock Market Leaders* [Електронний ресурс]. Режим доступу : <https://www.stock-analysis-on.net>

*Зінькова С. В., студентка
Львівський національний університет імені Івана Франка
Науковий керівник: Городняк І. В.,
доцент кафедри маркетингу
Львівський національний університет імені Івана Франка
svetazinkova12@gmail.com*

ЗНАЧЕННЯ МЕСЕНДЖЕРІВ У ІННОВАЦІЙНІЙ МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні тенденції та тренди інтернет-маркетингу передбачають, що більшість підприємств розвиваються в мережі Інтернет. Важко знайти фірму, яка б не мала сайту або сторінки у соціальних мережах. Останні роки важливого значення набувають месенджери, які слугують компаніям платформами для рекламних кампаній та комунікації з клієнтами. Вони перетворилися із звичайних засобів спілкування між людьми у потужний інструмент маркетингу, який може не тільки збільшити продажі, але й розширити цільову аудиторію, підвищити впізнаваність бренду, оптимізувати діяльність підприємства тощо.

Месенджер—це програма, мобільний додаток або веб-сервіс для миттєвого обміну повідомленнями та інформацією у різній формі. Першим популярним месенджером був ICQ та його мобільний аналог Jimm. Він з'явилася у 1996 році і користувався популярністю до 2005 року. Дещо пізніше з'явився Skype. Завдяки підтримці голосових дзвінків та відеодзвінків він лідирував на ринку до 2012 року[6].

Сьогодні більше 2 млрд. людей у світі використовують для спілкування різні месенджери, а також прогнозують до 2021 року зростання кількості зареєстрованих користувачів до 2,5 млрд. За статистикою Google, приблизно 60% споживачів вважають за краще спілкуватися з компаніями письмово, ніж дзвонити, месенджери вважаються найшвидшим та найзручнішим способом обміну повідомленнями [4].

Компанія Buffer наприкінці 2019 р. провела щорічне дослідження The State of Social у сфері digital-маркетингу, у якому взяли участь 1842 фахівців-респондентів. За результатами опитування, незважаючи на популярність, месенджери досі недооцінені. Майже 71% брендів не використовують месенджери для маркетингу [7]. У світі найпопулярнішими серед платформ є Messenger (75,1%) та WhatsApp (39,4%), а найпоширеніший в Україні Viber займає останнє місце у даному рейтингу (2,7%) (рис. 1).

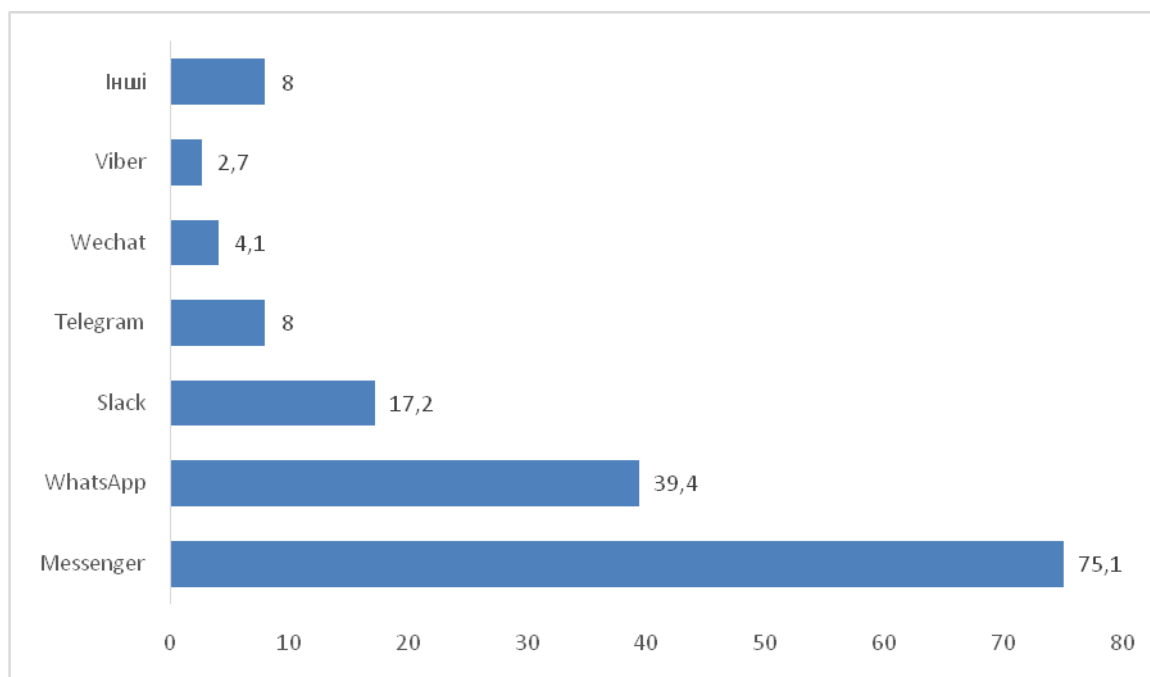


Рисунок 1 – Найпопулярніші месенджери світу за кількістю користувачів

Джерело: [7]

Прогресивним інструментом, який базується на платформі месенджерів є чат-боти, яким пророкують велике майбутнє в маркетингу та комунікаціях. Це спеціалізований додаток, який базується на обміні повідомленнями, дозволяючи користувачам взаємодіяти зі сторонніми сервісами, через знайомий інтерфейс чату. Тобто, для того, щоб отримати певну інформацію, людині не потрібно залишати межі месенджера, досить відправити спеціальну команду, яка відповідним чином інтерпретується зі сторони бота. Особливу популярність боти отримали завдяки Telegram. Використовуючи подібні технології у своїй маркетинговій діяльності компанія має низку можливостей [2]:

- швидке інформування споживачів в автоматичному режимі про акції, спеціальні пропозиції, знижки, наявність товару в каталозі;
- оптимізація діяльності;
- можливість організації простої технічної підтримки або консультацій клієнтів;
- пряма комунікація з потенційними клієнтами;
- оптимальне співвідношення між ціною на маркетингові заходи і результатом;
- синхронізація між пристроями – діалог доступний для споживача на будь-якому комп'ютері, так і мобільному пристрої, достатньо авторизуватися під своїм обліковим записом;
- чат-боти працюють з конкретним сайтом або інтернет-магазином, а також можлива синхронізація із соціальними мережами.

Не менш ефективною технологією у рамках месенджерів є брендові наліпки. Це один з нативних бізнес-інструментів. Користувач сам обирає, які пакети наліпок йому завантажувати, які надсилати. Для бізнесу в цьому є своя перевага, адже при надсиланні наклейок підвищується впізнаваність бренду і охоплення. Можна зробити наклейки «клікабельними», тобто додати можливість підписатися через них на спільноту компанії [5].

Часто фірми реалізують рекламні кампанії у месенджерах за допомогою SMS-розсилок, у яких розміщені спеціальні пропозиції. Перш за все, користувач має дати згоду на відправку йому таких повідомлень компанією. Якщо в перші 24 години запуску кампанії надійшло 5% відмов, або скарг на спам, то це головний сигнал переглянути дану рекламну кампанію щоб запобігти штрафу та інших санкцій. В Україні послугою бізнес-повідомлень користуються понад 50 компаній, серед яких Нова Пошта, Rozetka, Dominos, Mafia та багато інших. Також є інші варіанти розміщення рекламних оголошень у месенджерах: вікно після завершення дзвінка, банер у списку чатів або пошуку. За даними Viber, середній показник клікабельності рекламних

оголошень становить 1.41%. Це на 16% вище, ніж реклама на інших платформах[1].

Якщо порівнювали месенджери із комунікацією та маркетинговою діяльністю за допомогою традиційної електронної пошти, то можна виявити наступні відмінності, які є головними перевагами [3]:

- месенджер має вищий траст для цільової аудиторії, ніж електронна пошта (у сегменті B2C), адже через даний інструмент споживачі спілкуються із своїми близькими і знайомими;

- онлайн-месенджери надсилають оповіщення про нові повідомлення в чаті миттєво, а ту ж електронну пошту користувачам часто доводиться перевіряти вручну, тому швидкість реагування на повідомлення, що приходять у месенджерах, значно вища;

- месенджери оптимальні, тому що дозволяють без особливих зусиль «підняти» всю історію спілкування і у разі необхідності знайти потрібні дані (документи, фото, відео, аудіо), у електронній пошті для цього потрібно набагато більше зусиль;

- месенджери дозволяють використовувати чат-боти, що оптимізують діяльність фірми.

Отже, для успішної діяльності підприємствам слід використовувати інноваційні технології та впроваджувати тренди маркетингу, одними із яких є месенджери. Для досягнення максимального результату необхідно обрати оптимальну платформу комунікації із цільовою аудиторією та інструменти, розробити стратегію рекламних і маркетингових кампаній та тактику їх виконання, проводити аналіз діяльності і постійно вдосконалюватися. За таких умов, кожна компанія зможе не тільки максимізувати поточний прибуток, але й розширити свою частку на ринку.

Список використаної літератури

1. Бізнес у месенджерах: як це працює та скільки коштує. Gagadget. Київ, 04.10.2019. URL: <https://gagadget.com/uk/54484-biznes-u-mesendzherakh-iak-tse-pratsiuie-ta-skilki-koshtuie/>(дата звернення: 18. 03.2020).

2. Боти в Telegram – просто тренд чи революція в комунікаціях? Lemarbet SEO, PPC & Usability Agency. Львів, 2020. URL: <https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/boty-v-telegram/>(дата звернення: 15.03.2020).

3. Використання месенджерів на сайтах для бізнесу: переваги й недоліки. Київ, 2018. URL:<http://webstudio2u.net/ua/webdesign/942-ispolzovaniye-messendzherov-na-saytakh-dlya-biznesa.html> (дата звернення: 19.03.2020).

4. Лютий С. О. Просування в месенджерах WhatsApp, Viber і Telegram. Blogchain. Київ, 19.12.2019. URL: <https://blogchain.com.ua/amp/prosyvannia-v-mesendjerah-whatsapp-viber-i-telegram/>(дата звернення: 15.03.2020).

5. Навіщо бізнесу месенджери? Marketer. Київ, 26.01.2020. URL: <https://marketer.ua/ua/why-do-business-messengers/>(дата звернення: 12.03.2020).

6. Полякова А. О. Telegram, Viber, WhatsApp, Signal — яким месенджером можна довіряти. Економічна правда. Київ, 15.12.17. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2017/12/15/632183/>(дата звернення: 12.03.2020).

7. State Of Social 2019 Report. Buffer. San Francisco, 2019. URL: <https://buffer.com/state-of-social-2019#>(дата звернення: 14.03.2020).

Маковський І.Ю., аспірант

*Валінкевич Н.В., д.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»
mcoffsky@i.ua*

АНАЛІЗ КРИТЕРІЇВ ОЦІНКИ ЗАХИЩЕНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ, НЕОБХІДНИХ ДЛЯ ФОРМУВАННЯ ПРОФІЛЮ ЗАХИЩЕНОСТІ ІНФОРМАЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

З метою реалізації політики інформаційної безпеки кожного підприємства, окрім визначення загроз безпеці критичних даних або інформації, витік якої може призвести до зниження економічних показників підприємства, а також потенційних носіїв цих загроз потрібно зробити аналіз критеріїв оцінки захищеності інформації, що пропонуються сучасним українським законодавством. На підставі проведеного аналізу керівник підприємства зможе сформувавши оптимальний функціональний профіль захищеності інформації, що задовольняв би потреби політики інформаційної безпеки за мінімальних видатків на реалізацію такого профілю захищеності.

Чинна нормативно-правова база пропонує можливий набір критеріїв захищеності [1]. Стандартні профілі захищеності подані в нормативному документі системи технічного захисту інформації НД ТЗІ 2.5-005-99 [2].

Відповідно до нормативних документів критерії оцінювання утворюють систему з п'яти груп або категорій:

- критерії конфіденційності;
- критерії цілісності;
- критерії доступності;
- критерії спостережності;
- критерії гарантій.

Критерії з перших чотирьох груп є функціональними, тобто, визначають, які послуги безпеки здатна надавати система, що підлягає оцінці захищеності.

До надання кожної з послуг безпеки висувається низка відповідних вимог, за якими визначається рівень надання такої послуги. Множина рівнів послуг безпеки, що їх надає система, складає функціональний профіль захищеності. Критерії гарантії визначають рівень правильності й відповідності реалізації послуг безпеки.

Вимоги до послуг безпеки згруповано за ознакою кінцевої мети їх реалізації, тобто, захисту окремої властивості інформації або системи. Така систематизація зручна для кінцевого споживача захищеної системи, оскільки спрямована саме на задоволення його потреб у захисті інформації.

Перш ніж переходити до розгляду кожного з конкретних критеріїв захищеності, слід усвідомити, що по-перше жоден з критеріїв неможливо визначити окремо один від одного й по-друге, потрібно враховувати, що чим вищий рівень захищеності хоче бачити власник інформації, то дорожчою буде його реалізація. Кажучи про зростання вартості забезпечення безпеки інформації, ми вбачаємо не лише видатки на закупівлю обладнання чи програмного забезпечення, враховувати слід також потребу в оплаті праці додаткового персоналу, а також залучених зовнішніх спеціалістів.

Критерії конфіденційності дозволяють оцінити, наскільки спроможна створена система захисту інформації надавати послуги із захисту об'єктів від несанкціонованого ознайомлення з їх змістом, тобто, здатність системи інформаційної безпеки захистити конфіденційну інформацію від компрометації. До складу послуг безпеки, що забезпечують конфіденційність, входять: довірча й адміністративна конфіденційність, повторне використання об'єктів, аналіз прихованих каналів, конфіденційність під час обміну.

Критерії цілісності дають змогу оцінити комплекс засобів захисту (далі – КЗЗ) на предмет його спроможності захистити оброблювану інформацію від її несанкціонованої модифікації. До складу послуг безпеки, що забезпечують цілісність, належать: довірча цілісність, адміністративна цілісність, відкрит, цілісність під час обміну.

Критерії доступності надають змогу оцінити здатність КЗЗ надавати послуги щодо забезпечення можливості використання комп'ютерної системи (далі – КС) у цілому, окремих її функцій чи ресурсів у певний проміжок часу, а також гарантувати спроможність КС функціонувати після відмови її компонентів. До послуг доступності належать: використання ресурсів, стійкість до відмов, «гаряча» заміна компонентів і відновлення після збоїв.

критерії спостережності надають змогу оцінити КЗЗ щодо їх здатності надавати послуги, що змушують користувача КС відповідати за власні дії та забезпечують контроль за спроможністю КЗЗ виконувати свої функції. До послуг спостережності відносяться: реєстрація, ідентифікація й автентифікація, достовірний канал, розподіл обов'язків, цілісність КЗЗ, самотестування, ідентифікація й автентифікація під час обміну, автентифікація відправника, автентифікація одержувача.

Критерії гарантій мають сім рівнів, що є ієрархічними. Найнижчий рівень— 1, найвищий — 7. КС із певним рівнем гарантій має відповідати всім вимогам, визначеним для цього рівня, зокрема мова йде про вимоги до архітектури, до середовища розробки, до процесу проектування, до середовища функціонування, до документації та до випробувань КЗЗ.

Окремо слід зазначити, що для реалізації деяких послуг безпеки необхідною умовою є реалізація інших послуг. Виходячи з цього потрібно розуміти, що обов'язковими є послуги ідентифікації й автентифікації, без якої неможливо реалізувати систему розмежування доступу; надання достовірного каналу, що необхідний для системи, в якій підсистема ідентифікації й автентифікації є внутрішньою; розподілу обов'язків, без якого неможливо реалізувати функції, що вимагають призначення адміністратора системи, зокрема адміністративного розмежування доступу, а також послуги доступності та деякі послуги спостережності; реєстрації, за відсутності якої неможливо реалізувати послугу цілісності КЗЗ, що також є обов'язковою [3].

Таким чином аналіз критеріїв оцінки захищеності інформації дозволить керівнику сформувати оптимальний функціональний профіль захищеності

інформації, що спиратиметься також на модель загроз і модель порушника безпеки. Чинна нормативно-правова база пропонує деякі стандартні функціональні профілі захищеності, втім до таких профілів, на нашу думку, слід підходити диференційовано та визначати їх з урахуванням вимог до конкретної інформаційної системи та захисту інформації, що в ній циркулює.

Список використаної літератури

1. Критерії оцінки захищеності інформації в комп'ютерних системах від несанкціонованого доступу. НД ТЗІ 2.5-004-99. Затверджено наказом Департаменту спеціальних телекомунікаційних систем та захисту інформації Служби безпеки України від 28.04.1999 № 22 із змінами згідно наказу Адміністрації Держспецзв'язку від 28.12.2012 № 806.

2. Класифікація автоматизованих систем і стандартні функціональні профілі захищеності оброблюваної інформації від несанкціонованого доступу. НД ТЗІ 2.5-005-99. Затверджено наказом Департаменту спеціальних телекомунікаційних систем та захисту інформації Служби безпеки України від 28.04.1999 № 22 із змінами згідно наказу Адміністрації Держспецзв'язку від 15.10.2008 № 172.

3. Романюков, М.Г. Критерії оцінки ймовірності витоку інформації через технічні канали: Інформатика та математичні методи в моделюванні. – 2015. Том 5, №3. – С. 240-248.

Мельник Ю.В., здобувач вищої освіти

*Пчелянська Г.О., к.е.н., доцент
доцент кафедри маркетингу та реклами
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
julia.melnyk399@gmail.com*

СЕРВІС GOOGLE ANALYTICS ЯК ЗАСІБ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛІЗУ

Аналітика в маркетингу є одним з найважливіших напрямків в побудові і розвитку будь-якого бренду. Від правильного розуміння потреб і настроїв споживача, насиченості ринку, оцінки ризиків і потенційної вигоди від тих чи інших дій залежить успішність як найбільших компаній, так і порівняно невеликих бізнесів.

Аналітика в маркетингу — це системний підхід, який дозволяє отримати відповіді і рекомендації на конкретні запити бізнесу, спираючись на значні, актуальні і достовірні дані [1]. На відміну від звітів, якісна аналітика спирається на дані з минулого, щоб говорити про майбутнє бізнесу.

Маркетологи, які хочуть краще зрозуміти свою аудиторію та посилити маркетингову стратегію, все частіше обирають сервіс Google Analytics. Роботу цієї платформи досліджувало багато вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В. Анісімов, В.І. Жуков, М.М. Комаров, С.А. Дем'янов тощо. Утім, існує надто мало ґрунтовних досліджень, які маркетологи могли б використовувати під час своєї роботи.

Google Analytics — це безкоштовний інструмент аналітики, який дозволяє відстежувати веб-сайти, блоги та соціальні мережі. Крім того, він надає у розпорядження заздалегідь визначені та настроювані звіти. Як зазначено у публікації у Вікіпедії, Google Analytics пропонує відстежувати активність користувачів на веб-сайті, таку як тривалість сеансу, показник відмов, а також інформацію про джерела трафіку відповідно до аудиторії, поведінки та конверсій, що здійснюються [2].

Але те, що робить Analytics повноцінним інструментом, це те, що він сумісний з рештою інструментів Google. Таким чином, можна поєднувати Analytics з AdWords, Blogger або YouTube. Також він інтегрується з усіма маркетинговими продуктами Google (включаючи рекламу Google, консоль пошуку та студію даних), що робить його популярним інструментом для всіх, хто використовує кілька інструментів Google.

У Google Analytics маркетологи можуть налаштувати багато типів цілей: від тривалості відвідування веб-сторінки до набагато конкретнішої інформації, наприклад, кількості відвідуваних сторінок, кількості відвідувань або кількості користувачів, які натиснули будь-який із елементів, показаних на сторінці.

Основними цілями в Google Analytics є:

1. Місце призначення користувача.
2. Тривалість його сеансу на сторінці.
3. Кількість відвідуваних сторінок за один сеанс [3, с. 50].

Google Analytics пропонує багато інформації, яку потрібно проаналізувати та перетворити на цінні маркетингові дані. Навчившись читати та інтерпретувати цю інформацію, маркетологи зможуть приймати кращі рішення, які допоможуть конвертувати більше клієнтів та заробити більше грошей. Ось п'ять важливих показників, які слід аналізувати в першу чергу:

1. Демографічна інформація. Знання статі та вікової групи більшості відвідувачів допоможе створити вміст, який найкраще відповідатиме їм. Наприклад, якщо 60% веб-відвідувачів становлять чоловіки віком від 25 до 44 років, слід створити макет і вміст веб-сайту, щоб забезпечити найкращий досвід цій віковій групі.

2. Географічна інформація. Якщо починає збільшуватись трафік та конверсії з певної географічної області, то стає зрозуміло, що у певної пропозиції в цьому регіоні є потреба. Ця інформація допоможе зосередити маркетингові зусилля на географічних регіонах, де є більше шансів продати товар.

3. Мобільний трафік. Моніторинг кількості мобільних відвідувань та конверсій дуже важливий, оскільки допомагає переконатися, що веб-сайт справно працює на мобільних пристроях. Також можна перевірити, чи є швидкість веб-сайту максимально швидкою.

4. Реферальний трафік. Знаючи, звідки надходить трафік, можна зрозуміти, які маркетингові тактики найкраще працюють. Ця категорія не включає платний трафік, а також органічний пошук.

5. Конверсії. Встановлення цілей і відстеження конверсій в Google Analytics допоможе присвоїти цінність маркетинговим зусиллям — як оплаченим, так і неоплаченим. Можна відстежувати продажі та призначати значення валюти кожній транзакції, а також призначати значення «воронки», коли хтось, наприклад, заповнює форму [4, с. 50].

Існує три найважливіших показники в Google Analytics, які мають на меті допомогти маркетологам максимально ефективно використати цей інструмент та оптимізувати результати:

- Середній час на сторінці — це показник, який обчислює час, який користувач проводить на веб-сайті. Ця інформація може допомогти маркетологам розкрити важливість таких факторів, як: рівень зацікавленості сайту чи окремої сторінки у читача, середню швидкість читання сторінки, рівень залучення тощо. Середній час є важливою інформацією для тих веб-сайтів, які зосереджені на оцінці вмісту. Однак для будь-якої веб-сторінки довший час перебування завжди є синонімом успіху.

- Реферали або посилання — це показники, які дозволяють дізнатись, з яких веб-сайтів чи джерел надходять ваші читачі. Ці дані відображаються в таблиці, яка враховує звідки йде трафік. Також у цій таблиці показано кількість користувачів, які приходять з веб-сайту, а також кількість трафіку, який надходить із загальних сайтів [5, с. 46]. Аналізується також органічний трафік, який надходить або через SEO-дії (позиціонування пошукової системи), або користувачів, які безпосередньо заходять на ваш веб-сайт.

- Інтереси — один із важливих аспектів маркетингового аналізу, адже для контентного маркетингу важливо зрозуміти інтереси та проблеми, які рухають клієнтів. Google Analytics пропонує цю інформацію за допомогою ключових слів або понять, які використовуються в пошуку. Тобто інтереси — це теми та слова, завдяки яким клієнти приходять на сайт .

Google Analytics є незамінним інструментом для маркетологів. Можна мати тисячі чи навіть мільйони відвідувачів щомісяця, але вони практично некорисні, якщо про них нічого невідомо. Завдяки надійній веб-аналітиці та інструментам звітності, Google Analytics може допомогти максимально використати відвідувачів і потенційно перетворити їх на клієнтів. Таким чином, недостатньо просто провести маркетингову кампанію на сайті чи на інших ресурсах. Потрібно обов'язково слідкувати за результатами та вміти користуватись показниками.

Список використаної літератури

1. Анисимов В. Аналитика в маркетинге: особенности digital, инструменты и чек-лист [Електронний ресурс] / Владислав Анисимов // Rezart Agency. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://rezart.agency/blog/analytics-marketing-guide/>.
2. Google Analytics [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Google_Analytics.
3. Жуков В. И. Использование системы веб-аналитики как основы для интеграции с CPA-сервисами / В. И. Жуков, М. М. Комаров. // Бизнес-информатика. – 2017. – №4. – С. 47–54.
4. How to Use Google Analytics to Help Shape Your Marketing Strategy [Електронний ресурс] // NeilPatel. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://neilpatel.com/blog/google-analytics-to-shape-marketing-strategy/>.
5. Демьянов С. А. Инструментарий Google Analytics и его практическое использование в туристическом бизнесе / С. А. Демьянов. // Туризм и гостеприимство. – 2016. – С. 44–49.

Рєпіна С. О.

*Бєсчєстнє Д. О. вєклєдєч кєфєдрє
стєтєстєкє, облєкє тє єкєнємєчнєї їнфєрмєтєкє
Днєпрєвськєї нєцєнєлєнєї унєвєрстєт їмєнє О. Гєнчєрє
w1035@ukr.net*

СУЧАСНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ АНАЛІТИКИ

Аналїтєкє – єє тєхнєкє лєгїчнєгє аналїзу, дєслїдженнє єлємєнтєрнєх прїнцїпїв, у єкїх мїркувєннє прїємєють дєкєзєвїє хєрєктер. Тєй фєкт, щє зєснєвнєкєм цїєї нєукє бєв Арїстєтєль (384-322 дє н.є.) – гєвєрїть вєжє бєгєтє прє сєбє. Їгє прєцїє «Аналїтєкє першє» тє «Аналїтєкє другє» вєвєжєютьсє єднємї з нєйбїльш знєчїмїх сєрєд усїх їншїх. У першїй-дєслїджєтьсє «сїгїлїзм» - бєдє-єкїє дєдуктївнїє умєвївїд, в пєвнємє сєнсі двєх пєсїлєкєвїє, єкїє склєдєтьсє з єтрїбутївнїх вїслєвлєвєнєв, дє вїснєвєк, мїж двємє термїнємє, рєбїтьсє нє пїдстєвї вїднєшеннє кєжнєгє з нїх дє трєтьєгє. Тєкєж, Арїстєтєль пєєснєє, щє сїлєгїзм-єє спєсїб дєкєзїв, дєслїдженнє сєтнєстї прєдмєтє, є тєкєж спєсїб пєрєкєнєннє. В другїє рєбєтї мїстїтьсє тєорїє дєкєзїв, вєнє, єк ї єнєлєгїчнє тєорїє Плєтєнє бєгєтє в чємє орїєнтєвєнє нє прєктїкє сєпєрєчєк: пєрєдбєчєє дїєлєг прєпєнєнтє тє єпєнєнтє з орїєнтєцїєє обєрєнтєвєннє їстїннєстї тєгє чї їншєгє пєлєжєннє. Арїстєтєль прєтїстєвлєє знєннє ї дємєкї тє рєзрєблєє мєтєд дєкєзє, єкїє бї дєвєв дєстєвїрнїє знєннє [1]. Всє єє вїглєдєє дєжє склєднє, нєвїть нє першїє пєглєд. Склєднє нєвїть уєвїтї єкїє рївєнє їнфєрмєтївнєстї зєємєє в нєш єєс єє нєукє.

З кєжнїм рєкєм аналїтєкє стєє вє бїльш склєднєє ї пєєднєє в сєбї вєс бїльшє знєнє з їншїх дїсцїплїн. Єє вїдбєвєтьсє, в єснєвнємє, єрєз рєзвїтєк сївєтєвїє нєукє тє тєхнєкє, ї звїчєєнє ж, єрєз зрєстєєчє єї рєлє длє всєгє лєдстєвє. Нєйблїжчїм єєсєм плєнєють рєзрєбїтї, єбє ж впрєвєдїтї вєжє гєтєвї нєвєввєдєннє в єєє гєлєзє, єсє дєєкї з нїх [2]:

1. Дєпєвнєнє аналїтєкє. Єєє кєнєєпцїє вїзнєчєють, єк євтємєтїзєцїє пєшєкє тє пїдгєтєвкє дєнїх, є тєкєж вїєєвлєннє кєрїснїх вїдємєстєє ї

важливих змін за допомогою використання самонавчальної техніки та інших сучасних технологій. Засоби доповненої аналітики спрощують використання аналітичних платформ і полегшують роботу дослідників даних. З одного боку, такі системи дозволяють зменшити потребу у фахівцях, з іншого, вимагають підвищення рівня грамотності співробітників організації в цілому.

2. *Комбіноване управління даними.* Цим терміном аналітики називають засновані на машинному навчанні механізми автоматизації налаштування і оптимізації процесів управління даними, що з'являються в сучасних системах відповідного призначення. Автоматизація дозволяє висококваліфікованим технічним фахівцям приділяти більше уваги завданням, що є більш цінним для бізнесу. Ця тенденція впливає на всі категорії завдань відповідного класу, в числі забезпечення яких – забезпечення якості даних, управління метаданими і основними даними, інтеграція даних та ін.

3. *Обробка природної мови і діалогова аналітика.* Вже зараз пошукові системи зробили інтернет доступним масовому споживачеві, і надання бізнес-користувачам можливість задавати питання про дані і отримувати роз'яснення з приводу виявлених в них інформаційних сайтів за допомогою засобів обробки природної мови може зіграти схожу роль. Системи діалогової аналітики, в свою чергу, дозволяють задавати питання усно, а не за допомогою тексту і аналогічним чином отримувати відповіді.

4. *Графова аналітика.* Засоби цієї категорії дозволяють аналізувати зв'язки між об'єктами-людьми, місцями і речами. Важлива особливість – це можливість використання в ситуаціях, коли немає ясності навіть з приводу основних питань, на які потрібні відповіді (до таких варіантів застосування відноситься, зокрема, розпізнавання незаконної діяльності). У порівнянні з реляційними СУБД (системи управління базами даних [3]) графові системи набагато ефективніші при складному аналізі величезних обсягів структурованих і неструктурованих даних, що надходять з безлічі внутрішніх додатків організації і зовнішніх джерел.

5. *Комерційний штучний інтелект (ШІ) і машинне навчання.* Зараз, серед систем ШІ і машинного навчання, найпопулярнішими є платформи з відкритим кодом — саме вони стали головним джерелом інновації в області відповідних алгоритмів. Проте, постачальники комерційних продуктів останнім часом почали налагоджувати взаємодію з екосистемою Open Source, розробляючи відповідні коннектори для своїх систем і реалізуючи можливості масштабування відкритих фреймворків (програмна платформа, що визначає структуру програмної системи [3]) машинного навчання, пропонуючи засоби управління проектами і моделями багаторазового використання, забезпечення прозорості та інтеграції. Платформи з відкритим кодом самі по собі таких можливостей нерідко не мають

6. *Матриці даних.* Цим терміном аналітики називають побудовану відповідно до потреб конкретної організації архітектуру, яка надає сервіси, конвеєри і API (програмний інтерфейс програми [3]) для інтеграції даних і роботи з ними. Її основне завдання – забезпечити легкий доступ до даних в розподіленому середовищі їх обробки.

7. *Штучний інтелект із зрозумілим принципом роботи.* Наявність можливості пояснити, яким чином ШІ прийшов до того чи іншого рішення, сприяє зміцненню довіри до цих систем, зменшенню регуляторних і репутаційних ризиків. Проте, такий вид ШІ вимагає наявності інструментів, що допомагають описати модель з виділенням переваг і недоліків, спрогнозувати її ймовірну поведінку і заздалегідь виявити ймовірні систематичні помилки.

8. *Блокчейн для даних і аналітики.* Блокчейн можна використовувати як постійний та незмінний журнал активів і операцій, а крім того, він забезпечує прозорість дій для учасників мереж складної структури. Але він не може виконувати роль самостійного сховища даних і має суттєві обмеження в управлінні ними.

9. *«Безперервний» інтелект.* Сьогодні на підприємствах вже застосовуються інтелектуальні системи, що працюють в режимі реального часу, але зазвичай вони виконують лише обмежене коло завдань. Зазвичай, такі

системи відносять до категорії засобів «безперервного інтелекту». Останнім часом стала доступною можливість впроваджувати їх в набагато більших масштабах, ніж раніше — завдяки розвитку хмарних сховищ та програмних забезпечень обробки інформаційних потоків.

10. Сервери і системи управління базами даних (СУБД) на енергонезалежній пам'яті. Більшість сучасних СУБД обробляють данні використовуючи оперативну пам'ять, але її ємності не завжди вистачає для робочих навантажень нинішніх масштабів. Завдяки великій ємності і високій швидкості доступу енергонезалежна пам'ять, в яку входять модулі флеш-пам'яті і модулі DRAM (динамічна пам'ять з довільним доступом [3]), може поєднувати ролі твердотілого накопичувача і оперативної пам'яті.

Виходячи з вище перерахованого, можна зробити висновок, про високий ступінь необхідності існування аналітичної науки, важливість якої, в повсякденному житті сучасного світу, важко переоцінити. Вона пройшла довгий шлях, у своєму розвитку, починаючи з часів Аристотеля і до наших днів. Враховуючи те, що все в нашому світі розвивається досить стрімко і проблемні питання вимагають швидкого вирішення, необхідно встановлювати пріоритети на розвитку найбільш перспективних напрямків аналітики та першочергово інвестувати саме в них. Гідна уваги розробка комерційного штучного інтелекту і машинного навчання, тим паче що над створенням штучного інтелекту вже працюють в багатьох країнах світу. Зараз, можна прослідкувати тенденцію до збільшення планованих, розроблюваних і впроваджуваних інновацій в аналітиці, як відомо: «попит породжує пропозицію» а значить, в сучасному світі існує необхідність в подальшому розвитку аналітики.

Список використаної літератури

1. Енциклопедія епістемології та філософії науки (аналітика перша та аналітика друга) [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: https://epistemology_of_science.academic.ru/
2. Нововведення в області аналітики [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://www.cnews.ru/analytics>
3. Науково-технічний словник [Електронний ресурс]. - Режим доступу до ресурсу: <https://gufo.me/dict/scientific>

*Хомин И.П., к.э.н., доцент
преподаватель кафедры информационных
технологийи социально-гуманитарных дисциплин
Минский филиал Федерального государственного бюджетного
образовательного учреждения высшего образования «Российский
экономический университет имени Г. В. Плеханова»
xomunka@gmail.com*

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

В условиях экономических трансформаций информационно-аналитическое обеспечение ценообразования является, пожалуй, одной из центральных проблем эффективного функционирования предприятий. Ведь только при условии, что ценообразование на продукцию, работы и услуги всесторонне взвешенное, не противоречит установлению на рынке сбалансированного спроса и предложения, можно рассчитывать на достижение успешного развития как главных отраслей, то есть промышленности, аграрного сектора, так и подотраслей внутри них.

В то же время игнорирование информационно-аналитического обеспечения ценообразования, как свидетельствует длительное время

установления цен по волюнтаристскому подходу, основанному на антинаучном методе «проб и ошибок», обычно приводит к невосполнимым потерям даже в краткосрочном периоде, не говоря уже о какой-нибудь длительной перспективе.

Примеров можно привести множество, но наиболее наглядным является ситуация на рынке аграрной продукции, где собственно унаследованный со времен СССР метод ценообразования привел к тому, что вместо экспорта продовольствия, постсоциалистические страны, за исключением Беларуси, вынуждены импортировать главным образом мясомолочные продукты, поскольку в нынешних условиях директивный метод ценообразования только с учетом их себестоимости невозможен. В результате не удается хотя бы стабилизировать их производство, не говоря уже о наращивании объемов, которые в России, Украине недостаточные, чтобы пытаться обеспечить здесь декларируемое импортозамещение этих продуктов питания.

А все потому, что своевременно не учитываются объективные соотношения цен на рынке относительно средств промышленного производства, которые потребляет аграрный сектор, и произведенную им сельскохозяйственную продукцию, поэтому их диспаритет нарастает, обуславливая критические диспропорции на внутреннем рынке постсоциалистических стран между спросом на продовольствие и его отечественным предложением.

При этом негативное влияние на эффективность отечественного бизнеса как непосредственно в аграрном секторе, где производство наиболее материалоемкой продукции начинает свертываться или топтаться на месте – это характерное прежде всего для свеклосахарного производства, молочной отрасли животноводства, – так и промышленного, наиболее тесно связанного с первым: выпуск минудобрений, химических средств защиты растений и животных, сельскохозяйственное машиностроение и др.

Причем надо иметь в виду, что невысокая эффективность аграрного бизнеса еще и завуалирована недостаточной методологической

обоснованностью информационно-аналитического обеспечения ценообразования. И хотя на поверхности выглядит, якобы цена в полном соответствии с экономической теорией определяется по формуле $W = C + V + M$, на самом деле в аграрном секторе это не всегда так.

Потому, что как ее составляющая C – стоимость потребленных средств производства, так и V – затраты на воспроизводство рабочей силы, определяются не в соответствии с общественно-необходимыми затратами, а со значительными отклонениями от них именно через упомянутый диспаритет цен на производимую в стране сельскохозяйственную и промышленную продукцию. В связи с этим в экономической теории К. Марксом сформулировано определение цены как превращенной формы стоимости, а издержек производства – как части стоимости товара, возмещающей цену потребленных средств производства и цену примененной рабочей силы. Таким образом, формула цены, в основе которой лежат не только общественно необходимые затраты производства, но и соотношение между спросом и предложением, такова:

$$\text{Цп} = C + V + P, \quad (1)$$

где Цп – цена производства; C – постоянный капитал; V – переменный капитал; P – прибыль [1, с. 30].

Вследствие чего информационно-аналитическое обеспечение ценообразования оказывается недостоверным, поскольку упускается та особенность, что в полном соответствии с нынешней учетной нормативно-правовой базой амортизация внеоборотных активов включается в издержки производства, являясь фактически довольно условным способом формирования финансовых ресурсов для замены выбывших основных средств в результате износа.

Чтобы устранить негативное воздействие указанного фактора возможно стоит прислушаться к мнению об отражении амортизации не как затраты, а как уменьшение возобновляемой стоимости основных средств. Иначе существующие цены на произведенную продукцию дальше будут создавать

лишь иллюзию окупаемости издержек производства, на самом деле не обеспечивая условий даже для простого воспроизводства, не говоря уже о расширенном, являющимся единственным реальным способом решения проблемы импортозамещаемости как в промышленности, так и в аграрном секторе постсоциалистических стран.

Конечно, это не единственная проблема информационно-аналитического обеспечения в контексте ценообразования, а только одна из многих, поэтому дальнейшие исследования в этом направлении являются перспективными и значимыми не только в теоретическом, но больше всего в практическом плане, ибо позволят поставить этот процесс на научную основу.

Список использованной литературы

Маркс К., Энгельс Ф. Соч., Т. 25, ч. I.- Москва: Гос. изд-во полит. лит., 1962.